

# Economia Politica

Corso di Laurea in Giurisprudenza  
A.A. 2025/26

Marco Nieddu

---

## 11. MERCATI NON CONCORRENZIALI I: MONOPOLIO

---

# I. La concorrenza *imperfetta*

# Diversi tipi di concorrenza imperfetta

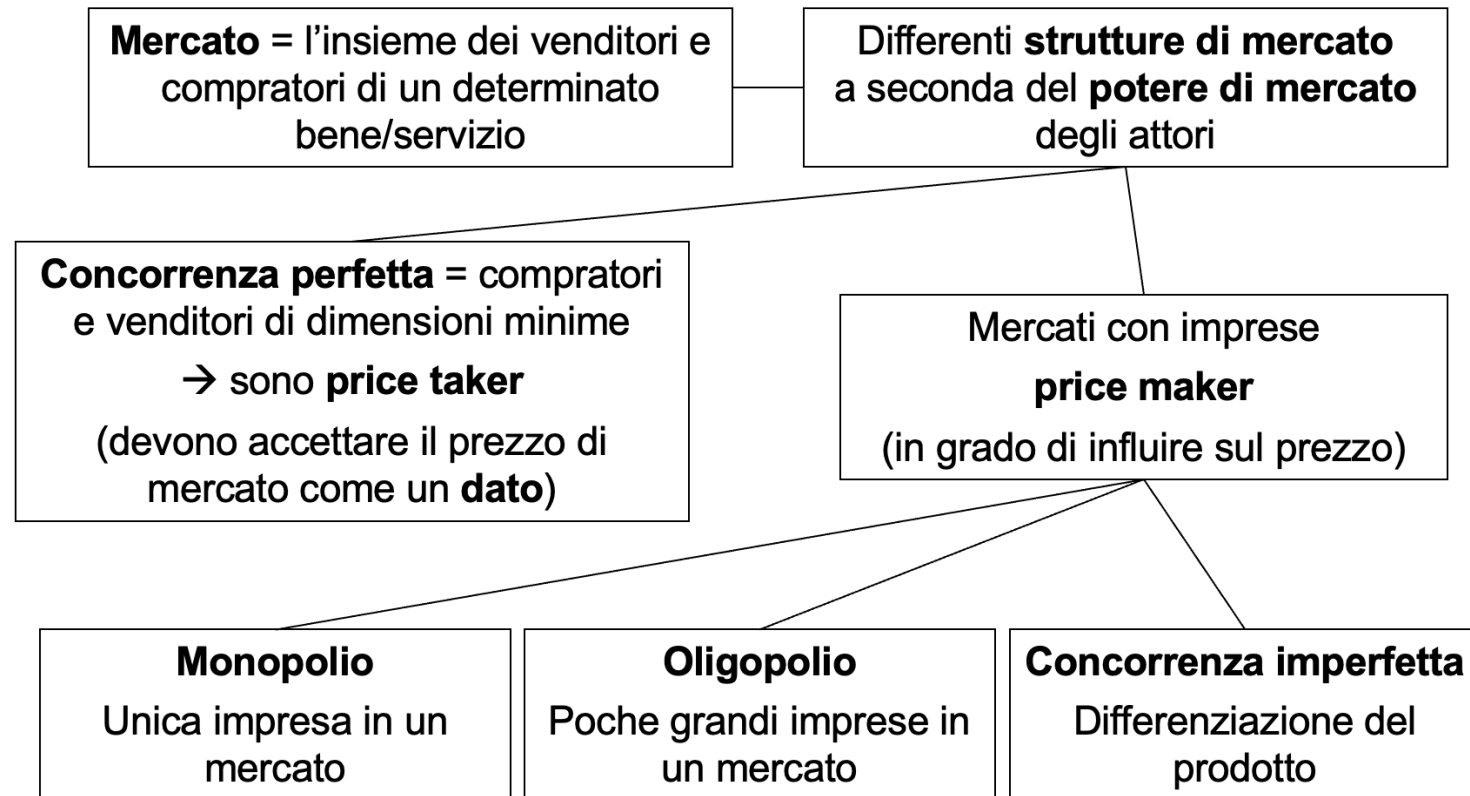
---

*La concorrenza imperfetta* si ha quando le aziende differenziano in qualche modo i propri prodotti e possono quindi influire in parte sul prezzo.

Esistono diversi gradi di concorrenza *imperfetta*.

- All'estremità si trova il monopolio.
- In senso stretto, un monopolio è una struttura di mercato con una sola impresa e nessun sostituto prossimo.
- In realtà, le aziende possono esercitare il potere di monopolio diventando l'azienda dominante sul mercato.

# Diversi tipi di concorrenza imperfetta



# Diversi tipi di concorrenza imperfetta

---

- Un'impresa competitiva è un *price taker*, un'impresa monopolistica è un *price maker*
- *La quota di mercato* è la percentuale delle vendite totali in un mercato rappresentata da una determinata impresa.
- *Il potere di mercato* è la capacità di un'impresa di aumentare il prezzo del proprio prodotto senza perdere tutte le vendite a favore dei concorrenti.

# Definizione di monopolio

---

Un *monopolio* è un'azienda che è l'unico venditore di un prodotto senza sostituti simili.

La causa fondamentale del monopolio è la presenza di *barriere all'ingresso*.

# La causa fondamentale del monopolio sono le barriere all'ingresso

---

**Le barriere all'ingresso** hanno quattro origini:

1. La proprietà di una risorsa chiave:
  - Vera dal punto di vista teorico, ma rara nella pratica
2. Il diritto esclusivo di produrre un determinato bene, concesso dallo Stato
3. I costi di produzione rendono un unico produttore più efficiente rispetto a un gran numero di produttori
4. Un'azienda è in grado di acquisire il controllo di altre aziende sul mercato e quindi di crescere in termini di dimensioni

# Monopoli creati dal governo

---

I governi possono limitare l'ingresso sul mercato concedendo a una singola impresa il diritto esclusivo di vendere un determinato bene in determinati mercati.

Le leggi sui brevetti e sul diritto d'autore sono due esempi importanti di come il governo crei un monopolio per servire l'interesse pubblico.

- Le leggi che regolano i brevetti e i diritti d'autore comportano vantaggi e costi.
- I vantaggi sono il maggiore incentivo all'attività creativa e devono essere valutati rispetto ai costi dei prezzi di monopolio.

# Monopoli naturali

---

Un settore è un *monopolio naturale* quando una singola impresa è in grado di fornire un bene o un servizio all'intero mercato a **un costo inferiore** rispetto a quello che potrebbero sostenere due o più imprese

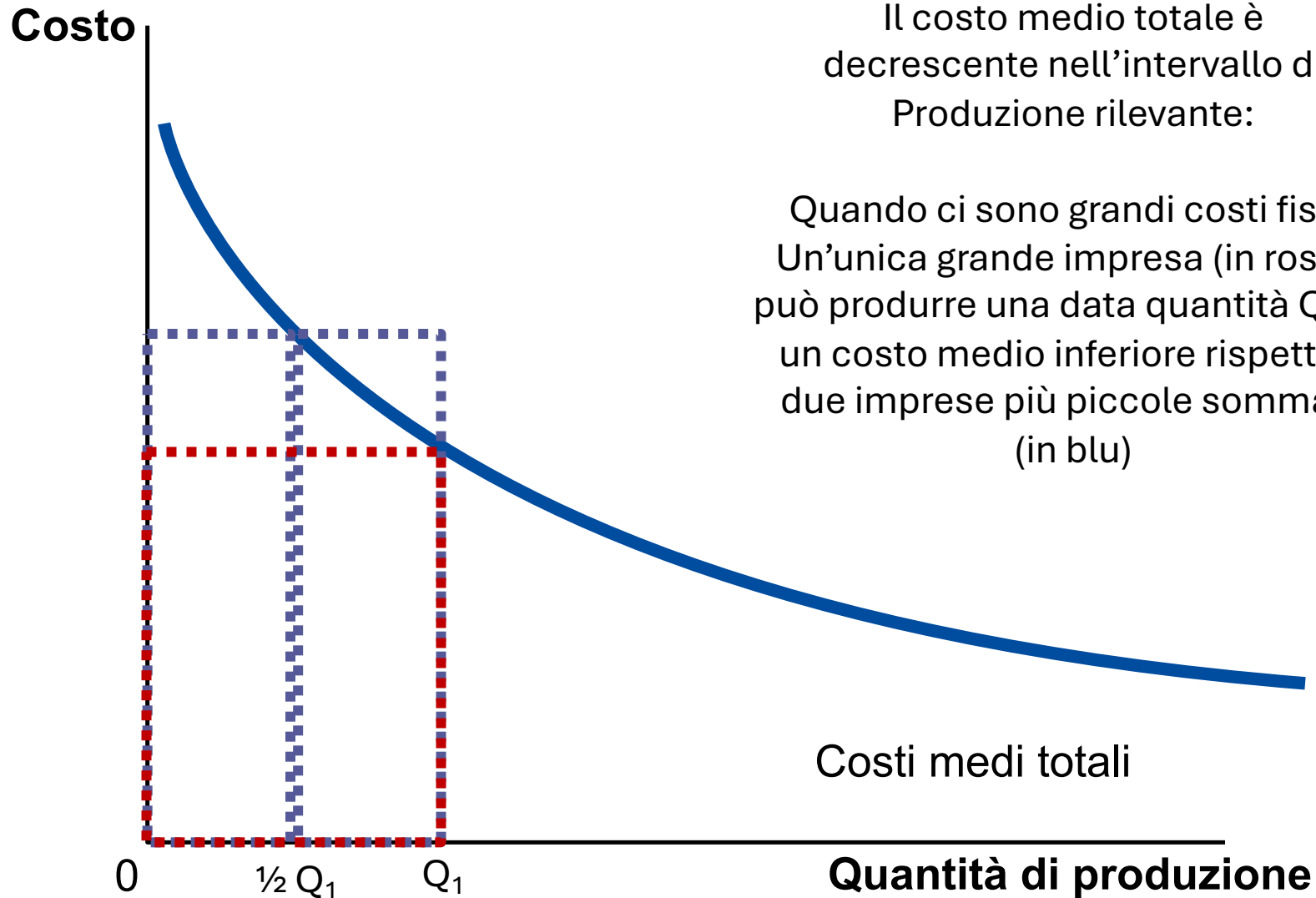
Un monopolio naturale si verifica quando esistono **economie di scala**

# Le economie di scala (dalla lezione sui costi)

---

- I rendimenti di scala crescenti - *es. raddoppio i fattori, ma la produzione triplica* - implicano che la tecnologia consente di produrre di più con *proporzionalmente meno input ....*
- ...e quindi che il costo medio per unità *diminuisca*
- Questo concetto è quello dei **economie di scala**
- *Ma le economie di scala esistono anche se i rendimenti di scala sono costanti o decrescenti, se ci sono dei **costi fissi** molto grandi*

# Monopoli naturali



Il costo medio totale è  
decescente nell'intervallo di  
Produzione rilevante:

Quando ci sono grandi costi fissi,  
Un'unica grande impresa (in rosso)  
può produrre una data quantità  $Q_1$  ad  
un costo medio inferiore rispetto a  
due imprese più piccole sommate  
(in blu)

---

## II. Come i monopoli scelgono produzione e prezzi

# Monopolio vs concorrenza

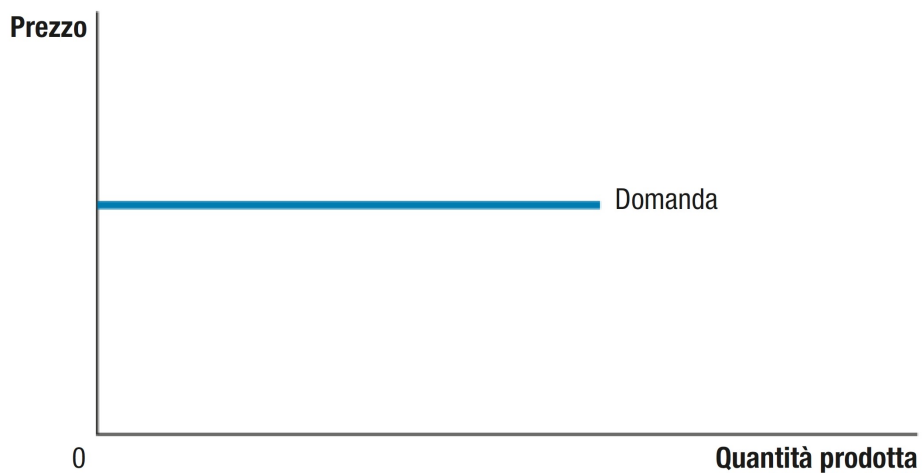
---

La differenza fondamentale tra un'azienda competitiva e un monopolio è la capacità del monopolio di controllare i prezzi.

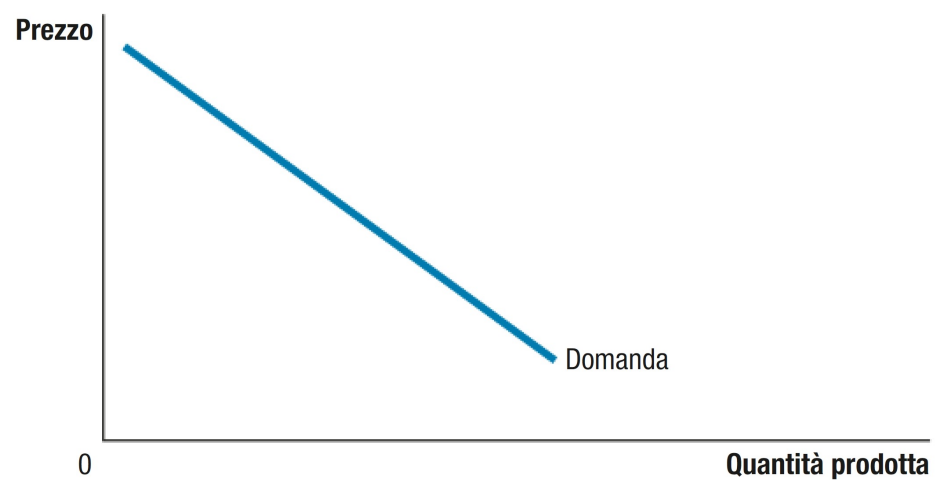
- Un monopolio si trova a fronteggiare una curva di domanda con pendenza decrescente
- Un monopolio può aumentare i prezzi senza perdere tutte le vendite.

# Monopolio vs concorrenza

**(a) Curva di domanda  
di un'impresa concorrenziale**



**(b) Curva di domanda  
di un'impresa monopolistica**



# Monopolio contro concorrenza

---

## Monopolio

- È l'unico produttore.
- Si trova di fronte a una curva di domanda discendente.
- È un determinatore di prezzi.
- Riduce il prezzo per aumentare le vendite.

## Impresa competitiva

- È uno dei tanti produttori.
- Si trova di fronte a una curva di domanda orizzontale.
- È un price taker.
- Vende tanto o poco allo stesso prezzo.

# Ricavi in monopolio

---

I ricavi totali sono  $RT = (P \times Q)$

Di conseguenza possiamo definire, come fatto per la concorrenza perfetta:

- il ricavo **medio**: quanto guadagna (in media ) un'impresa per ogni unità venduta

$$RM = \frac{RT}{Q}$$

ma dal momento che  $RT = (P \times Q)$ : il ricavo medio è uguale al prezzo, per tutte le imprese

$$RM = \frac{P \times Q}{Q} = P$$

- Il ricavo **marginale**: la *variazione* del ricavo totale derivante dalla vendita di un'unità aggiuntiva

$$R' = \frac{\Delta RT}{\Delta Q}$$

Identico al caso della  
Concorrenza perfetta

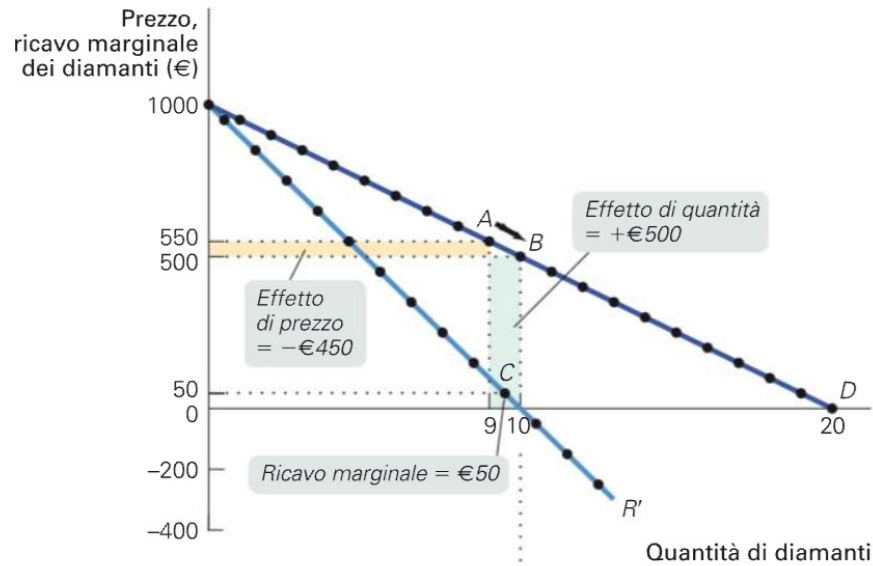
**Ma il ricavo marginale per il monopolista non è più uguale a un prezzo costante (determinato dal mercato)**

# Il ricavo marginale di un monopolio

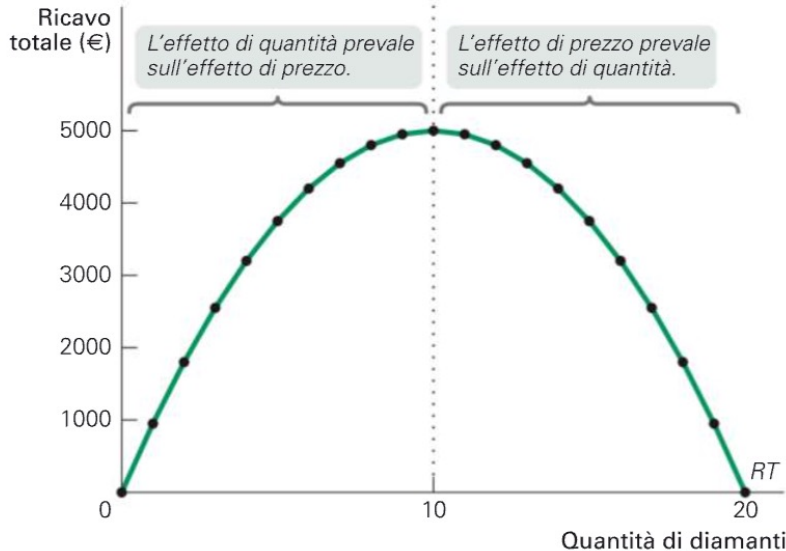
---

- Il ricavo marginale di un monopolista è sempre *inferiore* al prezzo del suo bene.
  - La curva della domanda è discendente.
  - Quando un monopolista abbassa il prezzo per vendere un'unità in più, anche il ricavo ottenuto dalle unità vendute in precedenza diminuisce.
- Quando un monopolista aumenta la quantità venduta: due effetti sul ricavo totale ( $P \times Q$ ).
  - L'effetto sulla produzione: viene venduta una quantità maggiore, quindi  $Q$  è più alto.
  - L'effetto prezzo: il prezzo diminuisce, quindi  $P$  è inferiore.

(a) Domanda e ricavo marginale



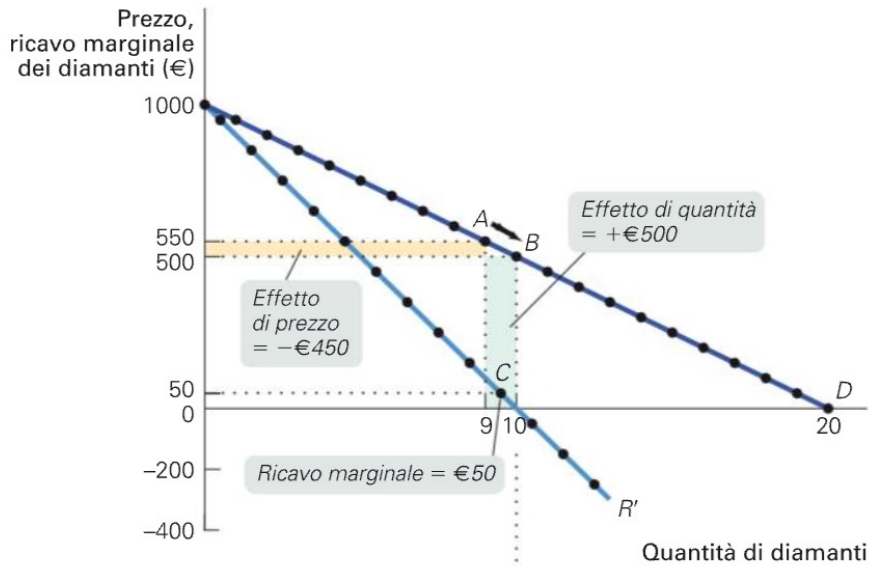
(b) Ricavo totale



## Come cambiano i ricavi totali se il monopolista decide vendere una unità in più di diamanti?

- Per vendere un diamante aggiuntivo, il monopolista dovrà **abbassare il prezzo** (di tutti i diamanti) da 550 a 50.
- Facendolo, i ricavi potrebbero aumentare per il fatto che venderà più diamanti (*effetto quantità*)...
- ...o potrebbero diminuire per il fatto che tutti i diamanti sono venduti a un prezzo più basso (*effetto prezzo*)
- Il ricavo marginale è la variazione netta dei ricavi (che quindi tiene in considerazione entrambi gli effetti prezzo e quantità) quando le quantità offerte aumentano di un'unità

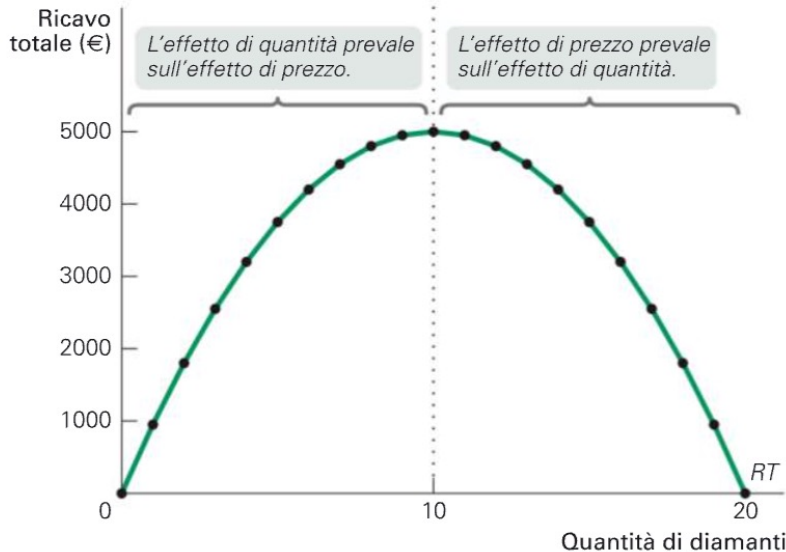
(a) Domanda e ricavo marginale



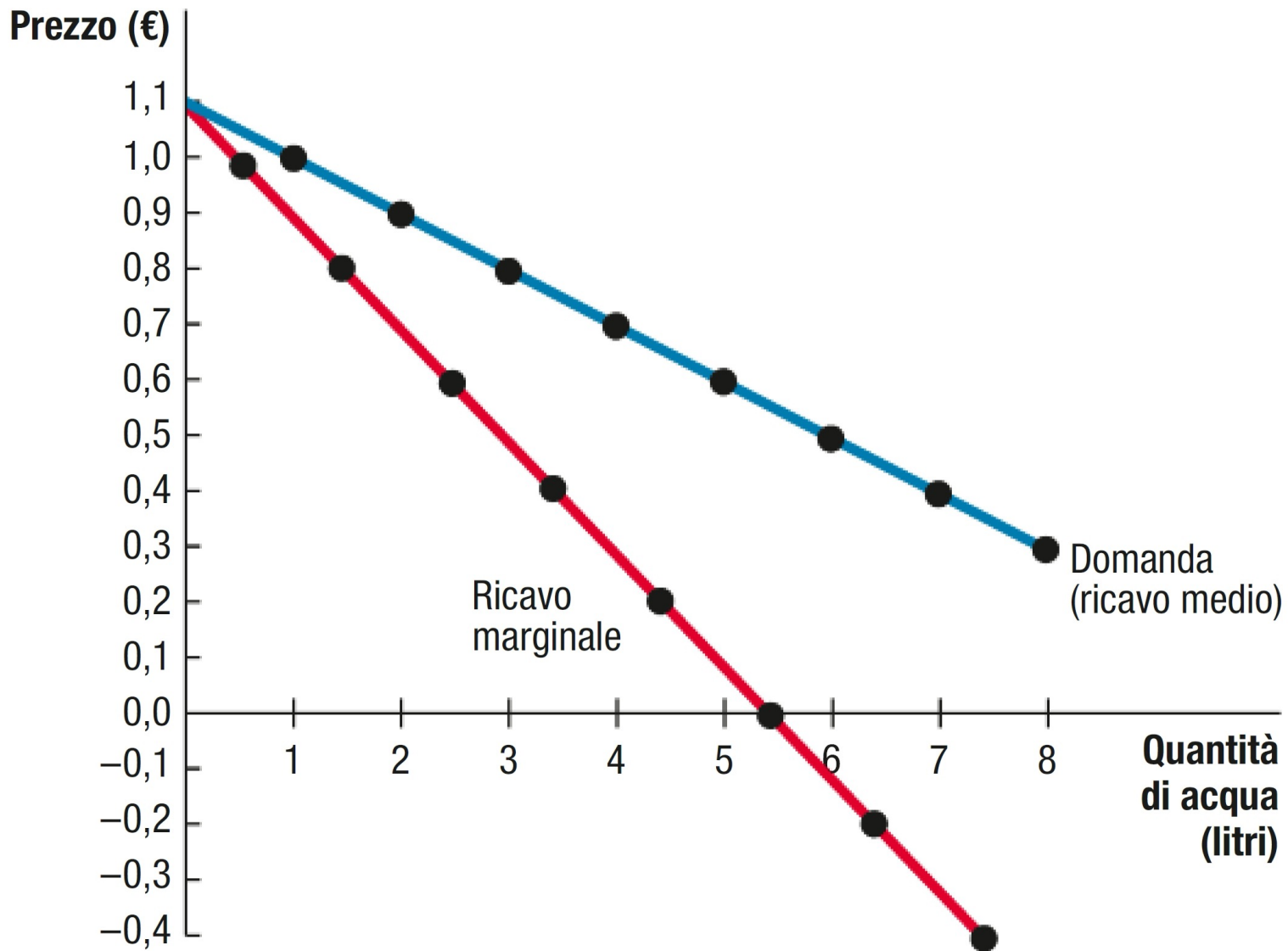
I ricavi marginali sono quindi **inferiori (e non uguali) al prezzo del bene**

*I ricavi totali sono crescenti finché l'effetto di prezzo (negativo) non prevale sull'effetto di quantità (positivo).*

(b) Ricavo totale



*Oltre un certo livello di produzione (10 diamanti), aumentare le quantità offerte (riducendo i prezzi) porta a una diminuzione dei ricavi (un ricavo marginale negativo)*



# La massimizzazione del profitto (in monopolio e in concorrenza perfetta)

- L'obiettivo di un'impresa competitiva è massimizzare il **profitto**
  - L'impresa vorrà produrre la quantità che massimizza la *differenza tra ricavo totale e costo totale.*

$$\pi = RT - CT$$

- La massimizzazione del profitto si verifica quando *il ricavo marginale è uguale al costo marginale.*
  - Se  $R' > C'$ , l'impresa dovrebbe aumentare  $Q$  per aumentare il profitto
  - Se  $R' < C'$  l'impresa dovrebbe diminuire  $Q$  per aumentare il profitto
  - Se  $R' = C'$  il profitto è massimizzato.

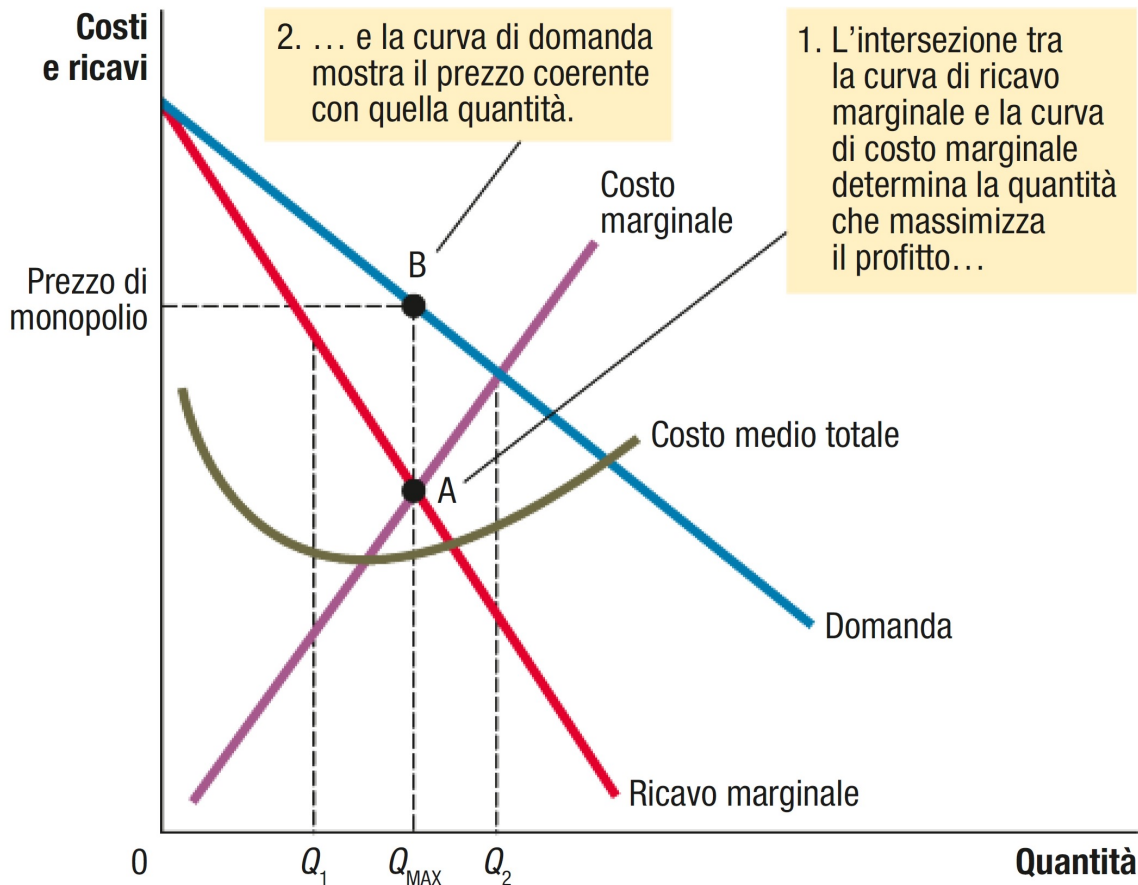
Identico al caso della  
Concorrenza perfetta

# Massimizzazione del profitto in monopolio

---

- Come nel caso dell'impresa in concorrenza perfetta, un monopolista quindi massimizza il profitto producendo la quantità per la quale **il ricavo marginale è uguale al costo marginale.**
- Ma il ricavo marginale non coincide con il prezzo (costante, determinato sul mercato)
- Utilizza quindi la curva di domanda per trovare il prezzo che indurrà i consumatori ad acquistare tale quantità.

# Massimizzazione del profitto in monopolio



L'impresa sceglie la quantità per la quale i costi marginali sono uguali ai ricavi marginali.

Data quella quantità, il prezzo sarà fissato sulla base della disponibilità a pagare dei consumatori (la curva di domanda)

**Il prezzo quindi supera il costo marginale**

# Massimizzazione dei profitti

---

## Confronto tra monopolio e concorrenza

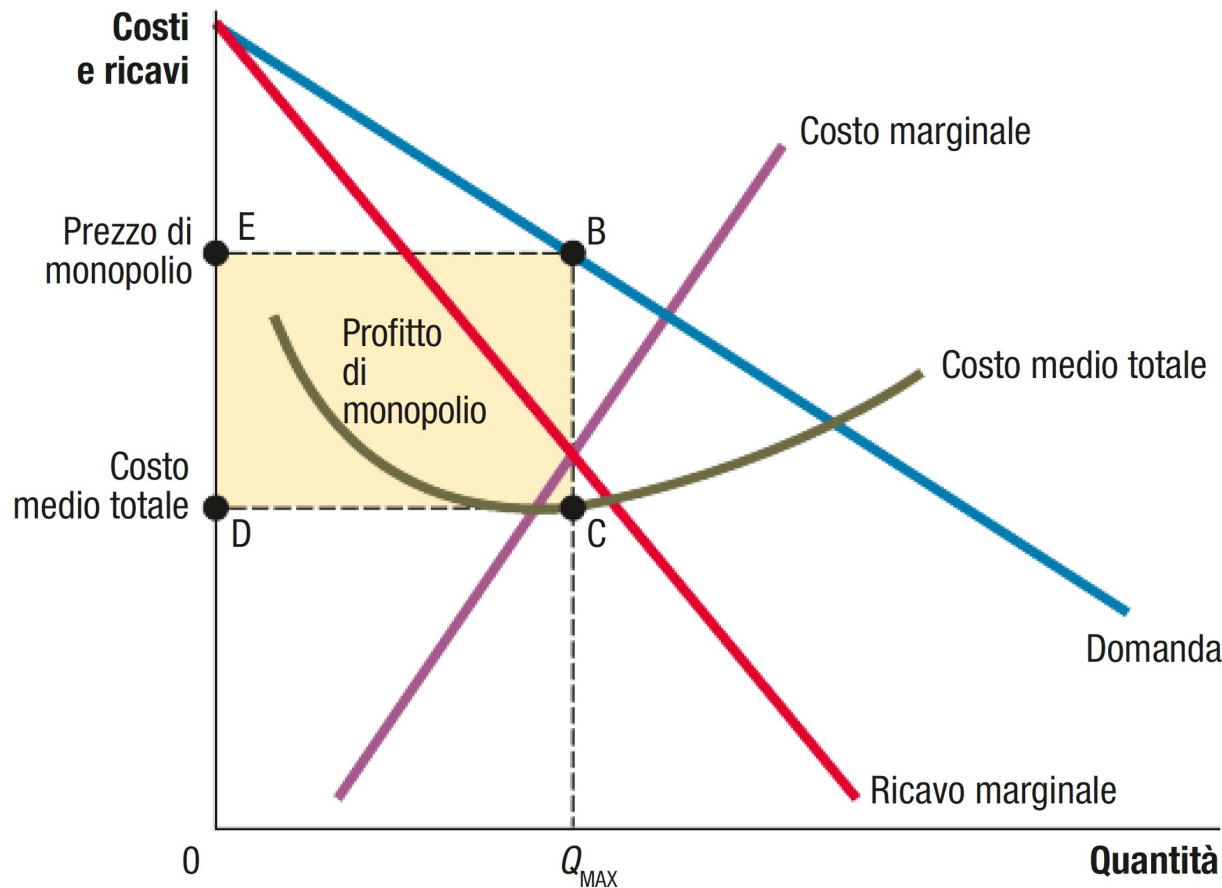
- Per un'azienda competitiva, il prezzo è pari al costo marginale.

$$P = R' = C'$$

- Per un'azienda monopolistica, il prezzo supera il costo marginale.

$$P > R' = C'$$

# Massimizzazione dei profitti



$$\pi = RT - CT$$

$$\pi = (P - CMT) \times Q$$

Il monopolista otterrà profitti economici fintanto che il prezzo sarà superiore al costo totale medio.

---

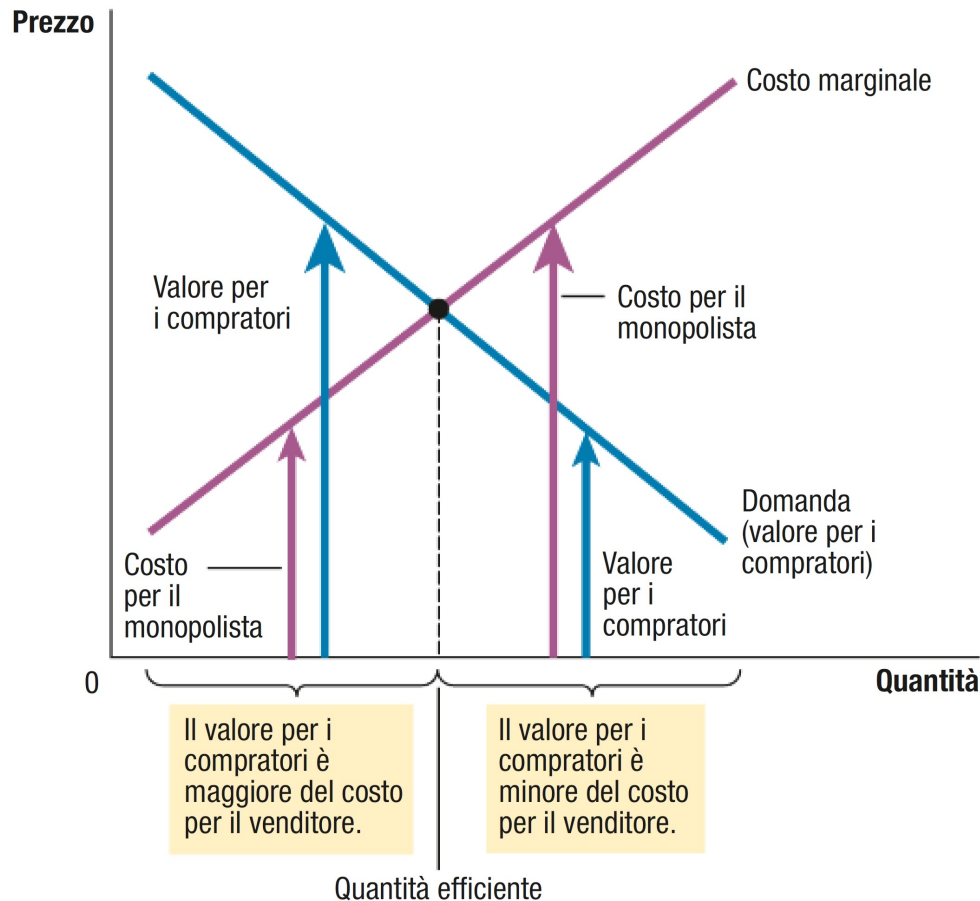
# III. Il costo sociale del monopolio

# La perdita secca

---

- A differenza di un'azienda competitiva, il monopolista applica un prezzo superiore al costo marginale.
- Dal punto di vista dei consumatori, questo prezzo elevato rende il monopolio *meno desiderabile* (rispetto alla concorrenza perfetta).
- Tuttavia, dal punto di vista dell'impresa, il prezzo elevato rende il monopolio *molto desiderabile*.

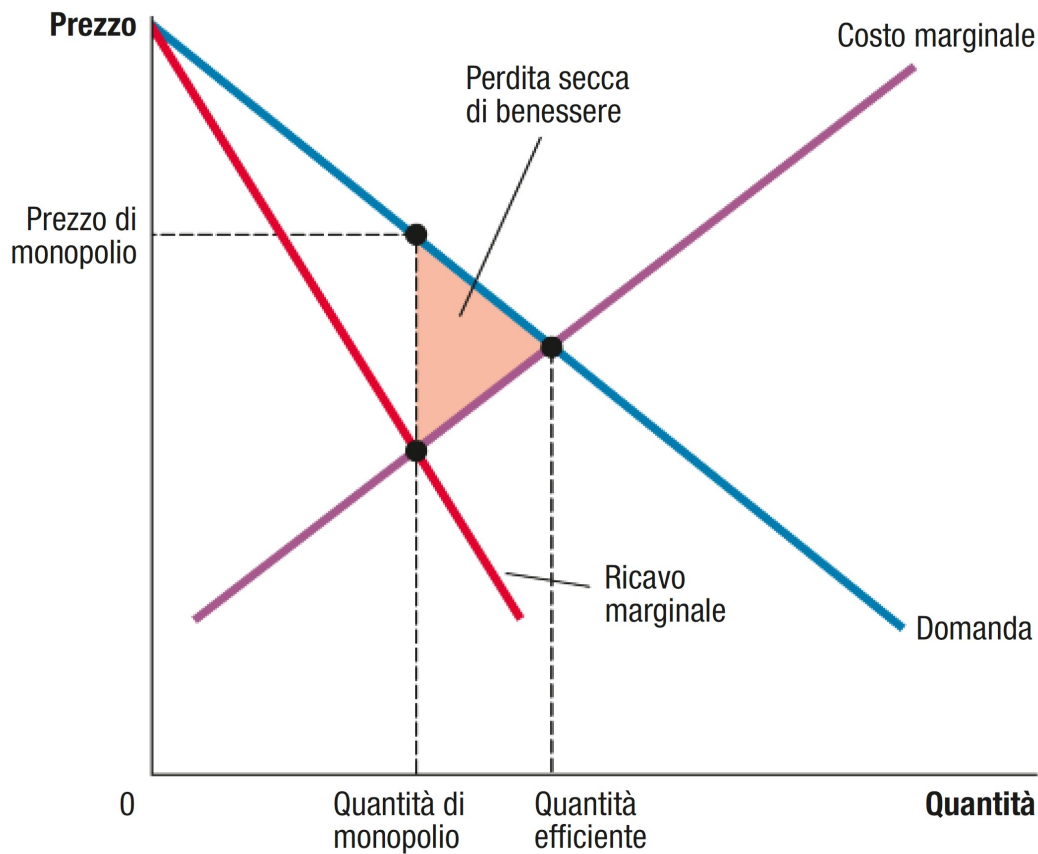
# La perdita secca



Poiché un monopolio fissa il proprio prezzo al di sopra del costo marginale, crea un divario tra la disponibilità a pagare del consumatore e il costo del produttore.

**Questo divario fa sì che la quantità venduta sia inferiore all'ottimo sociale.**

# La perdita secca



Il monopolio determina una **perdita secca** di benessere rispetto al caso della concorrenza perfetta

# La perdita secca

---

## L'inefficienza del monopolio

- Il monopolista produce *meno della* quantità socialmente efficiente.
- La perdita secca causata da un monopolio è simile alla perdita secca causata da una tassa.
- La differenza tra i due casi è che il governo ottiene il gettito fiscale, mentre un'azienda privata ottiene il profitto di monopolio.

# Il profitto del monopolio: un costo sociale?

---

- Il benessere in un mercato comprende il benessere sia dei consumatori che dei produttori.
- Il trasferimento del surplus dai consumatori ai produttori **non** è quindi una perdita sociale.
- La perdita secca derivante dal monopolio deriva dal fatto che i monopoli producono meno del livello di produzione socialmente efficiente.

---

# IV. Discriminazione dei prezzi

# Definizione di discriminazione di prezzo

---

*La discriminazione di prezzo* consiste nel vendere lo stesso bene a prezzi diversi a clienti diversi, anche se i costi di produzione per i due clienti sono gli stessi.

*Perché è difficile?*

**L'arbitraggio\*** è il principale limite alla capacità di un monopolista di praticare la discriminazione di prezzo.

- \*il processo che consiste nell'acquistare un bene in un mercato a un prezzo basso e poi venderlo in un altro mercato a un prezzo più alto.

# L'analisi della discriminazione di prezzo

---

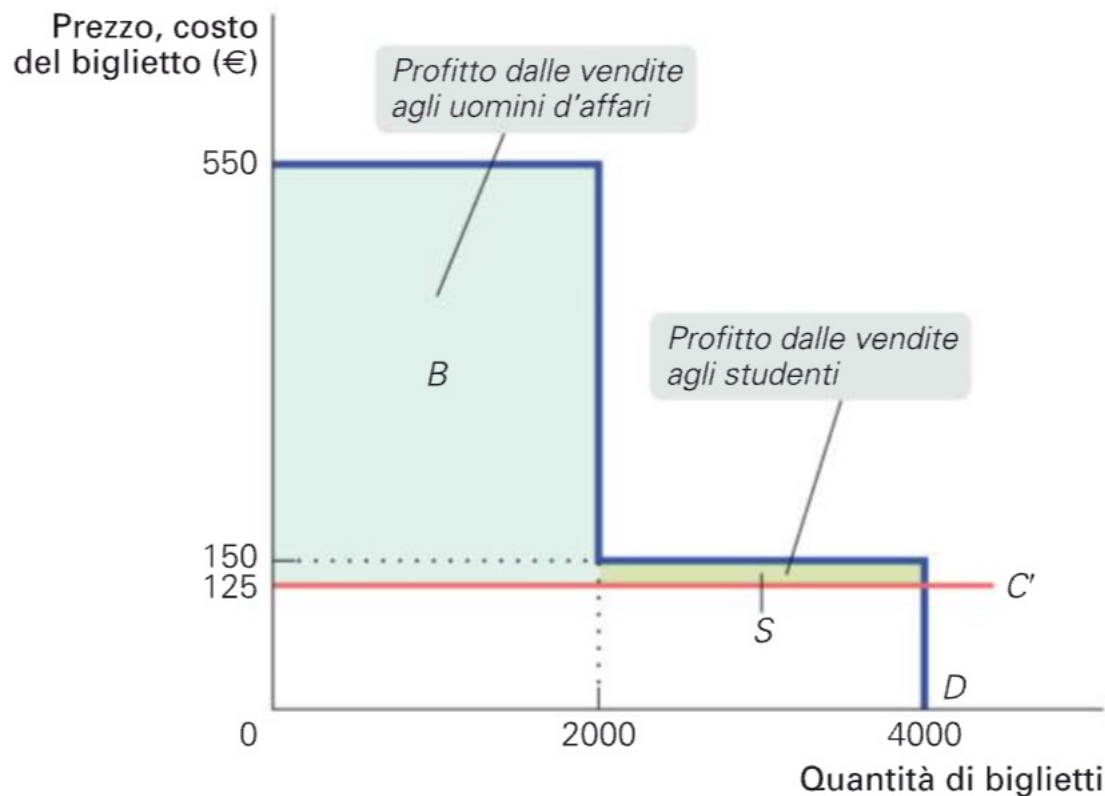
Per poter attuare una discriminazione di prezzo, l'azienda deve avere un certo *potere di mercato*.

**La discriminazione perfetta dei prezzi** si verifica quando un monopolista è in grado di separare i clienti in base alla loro disponibilità a pagare e può applicare a ciascuno di essi un prezzo diverso.

Due effetti importanti della discriminazione di prezzo:

1. Può aumentare i profitti del monopolista.
2. Può ridurre la perdita secca.

# L'analisi della discriminazione di prezzo

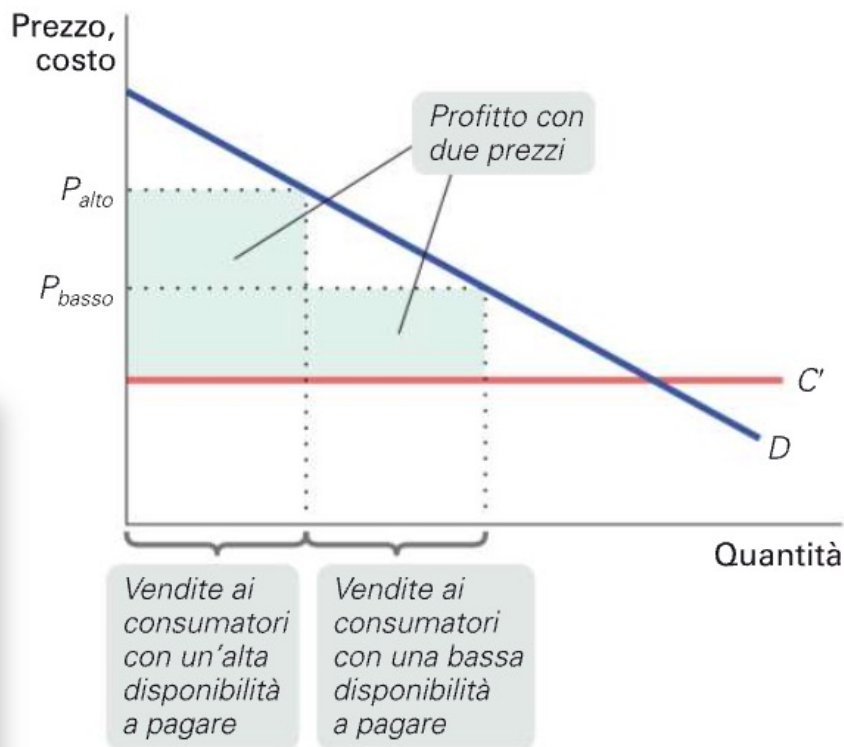


Se le compagnie aeree potessero applicare prezzi diversi alle diverse categorie di passeggeri, massimizzerebbero i profitti chiedendo ad ogni categoria la sua disponibilità a pagare

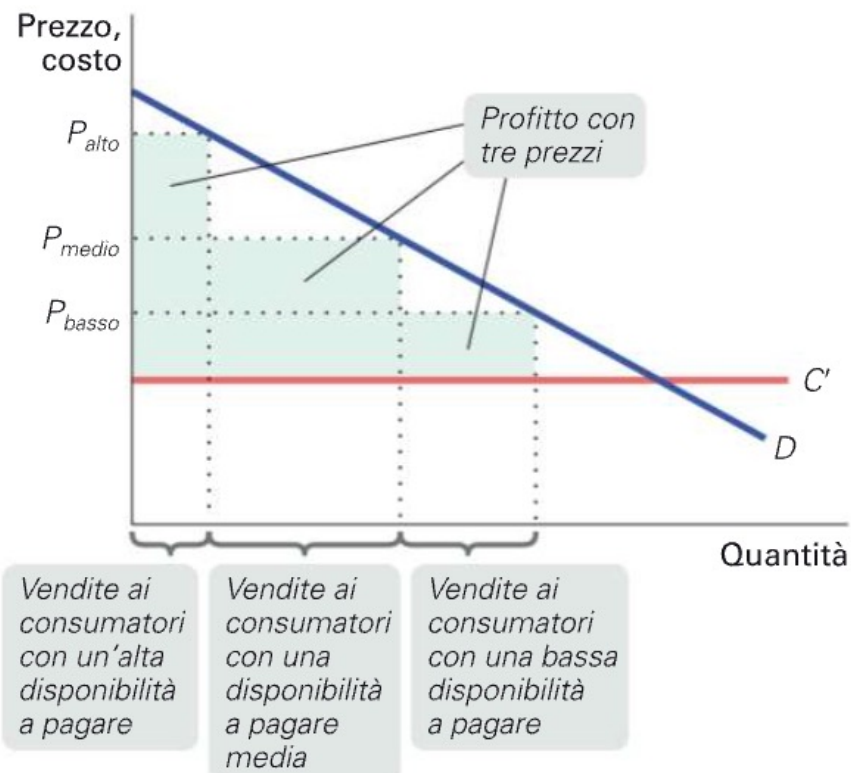
NB: in questo esempio, il costo marginale è costante e non ci sono CF: quindi  $C'=CMT$

# L'analisi della discriminazione di prezzo

(a) Discriminazione di prezzo con due prezzi differenti

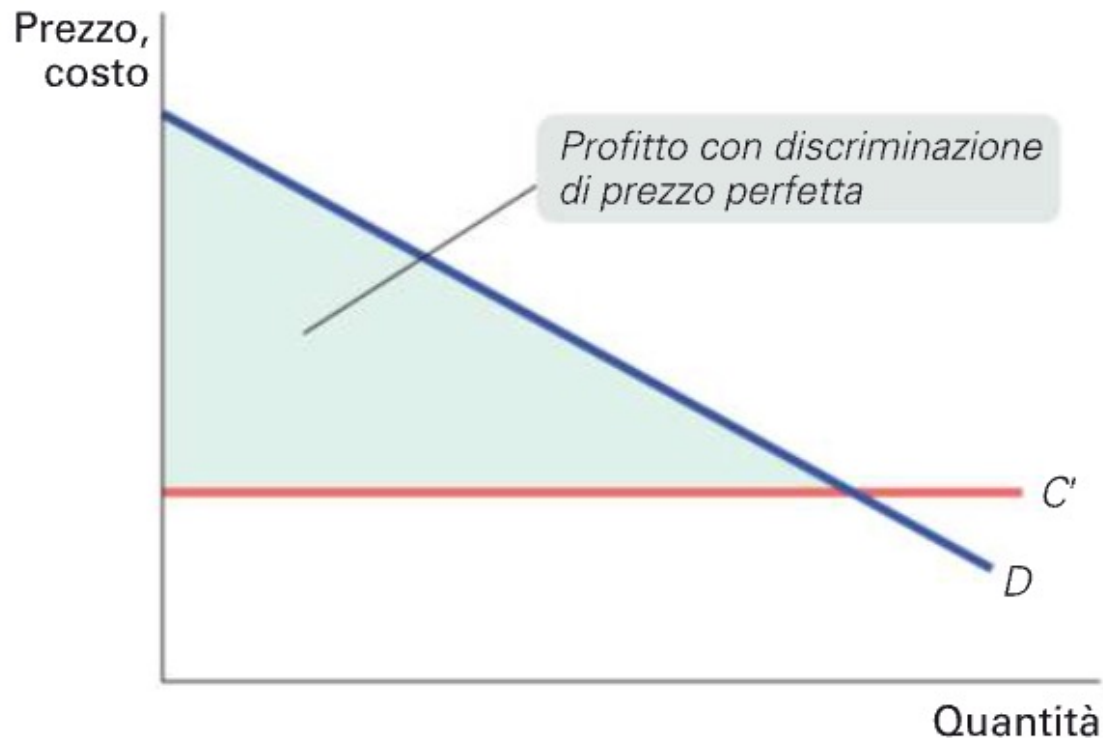


(b) Discriminazione di prezzo con tre prezzi differenti



# L'analisi della discriminazione di prezzo

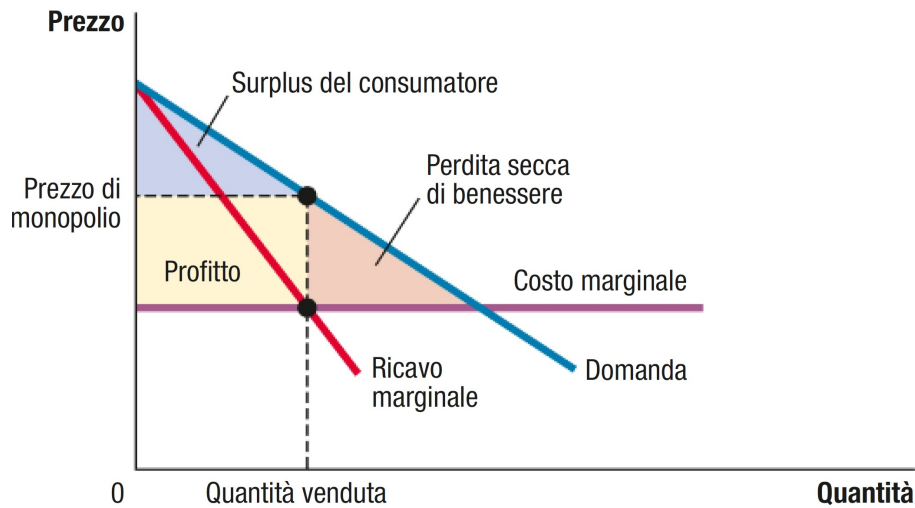
(c) Discriminazione di prezzo perfetta



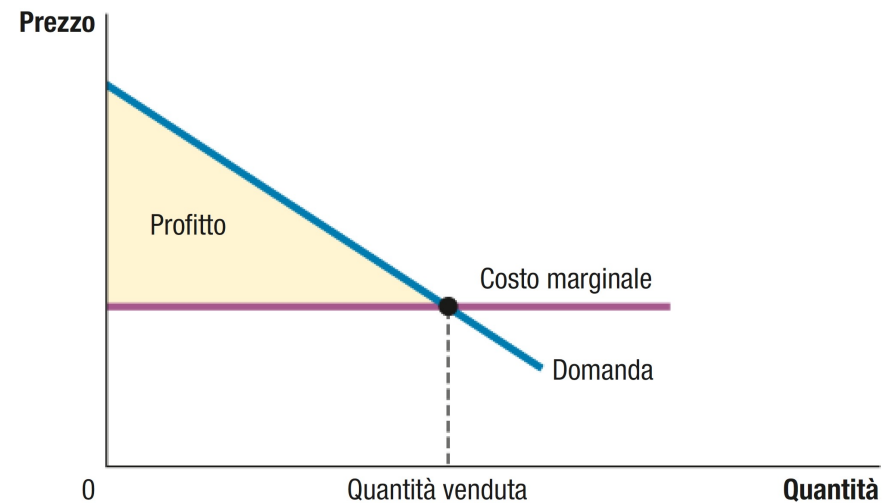
Con un prezzo differenziato per ogni consumatore (il prezzo pagato da ogni consumatore è pari alla sua disponibilità a pagare): discriminazione di prezzo perfetta

# La perdita secca nel caso della discriminazione di prezzo

(a) Monopolista con prezzo unico



(b) Monopolista con discriminazione di prezzo perfetta



*C'è perdita secca, nel caso della discriminazione di prezzo perfetta?*

---

# V. Politica pubblica nei confronti dei monopoli

# Strategie contro i monopoli

---

Il governo risponde al problema del monopolio in uno dei quattro modi seguenti.

1. Rendere più competitive le industrie monopolizzate.
2. Regolamentare il comportamento dei monopoli.
3. Trasformare alcuni monopoli privati in imprese pubbliche (gestire direttamente il monopolio)
4. Non fare nulla (se il fallimento del mercato è considerato minimo rispetto alle conseguenze delle politiche pubbliche)

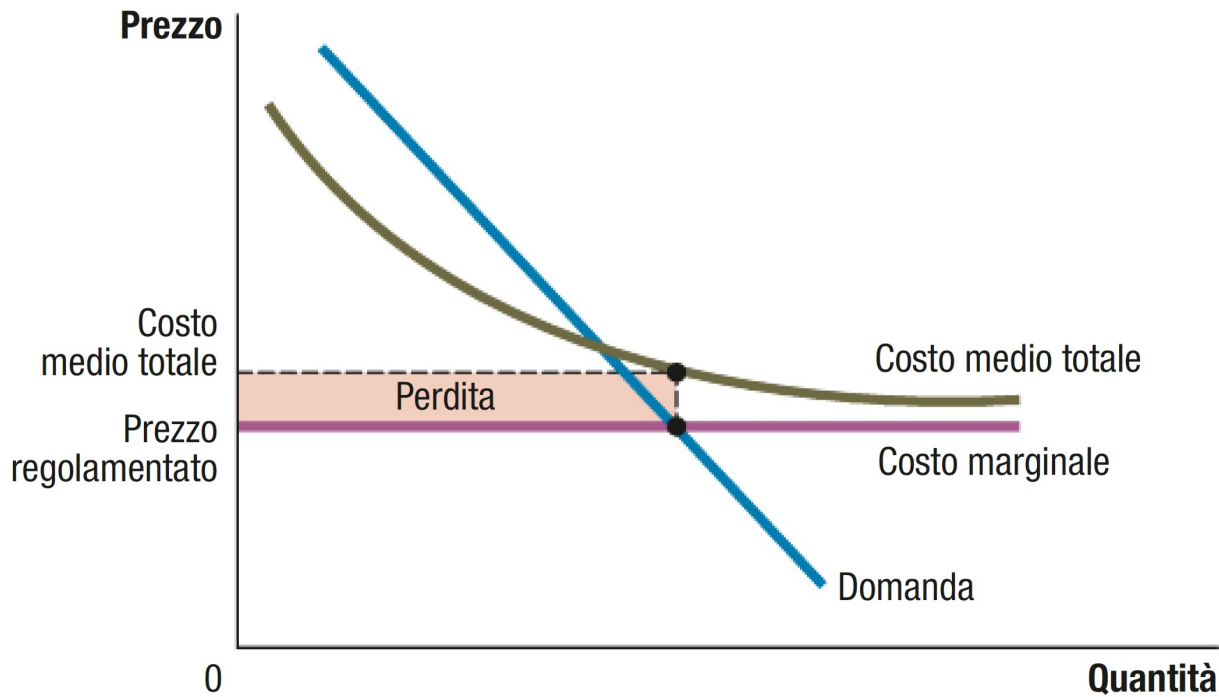
# 1. Promuovere la concorrenza

---

## Varie strategie possibili per promuovere la concorrenza

- impedire le fusioni (la creazione di nuovi monopoli)
- smantellare le aziende (distruggere monopoli esistenti).
- legislazione sulla concorrenza (*antitrust*, negli Stati Uniti):
  - Lotta contro i cartelli e le pratiche commerciali restrittive.
  - Divieto di strategie di prezzo anticoncorrenziali, quali la fissazione dei prezzi e i prezzi predatori.
  - Monitoraggio e supervisione di acquisizioni e joint venture.

## 2. Regolamentazione

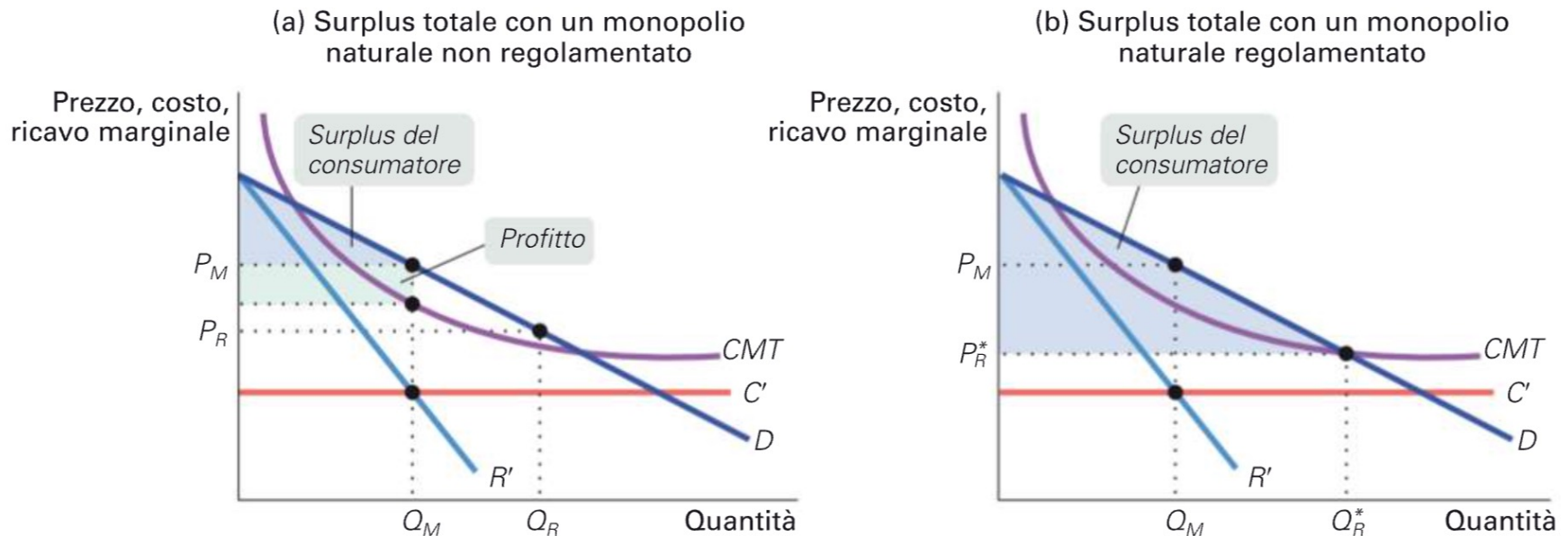


Lo Stato può *regolamentare* i prezzi applicati dal monopolista.

L'allocazione delle risorse sarebbe efficiente se il prezzo fissato fosse pari al **costo marginale**.

**Ma in questo caso, il monopolista opererebbe in perdita**

## 2. Regolamentazione



Soluzioni: lo Stato potrebbe

1. Sussidiare le imprese in perdita (questo richiederebbe tassare altri mercati)
2. Fissare un prezzo pari ai CMT, o comunque più alto dei  $C'$ , lasciando ai monopolisti parte dei benefici derivanti dai costi inferiori come profitti, (determinando comunque una perdita secca)