

# Economia Politica

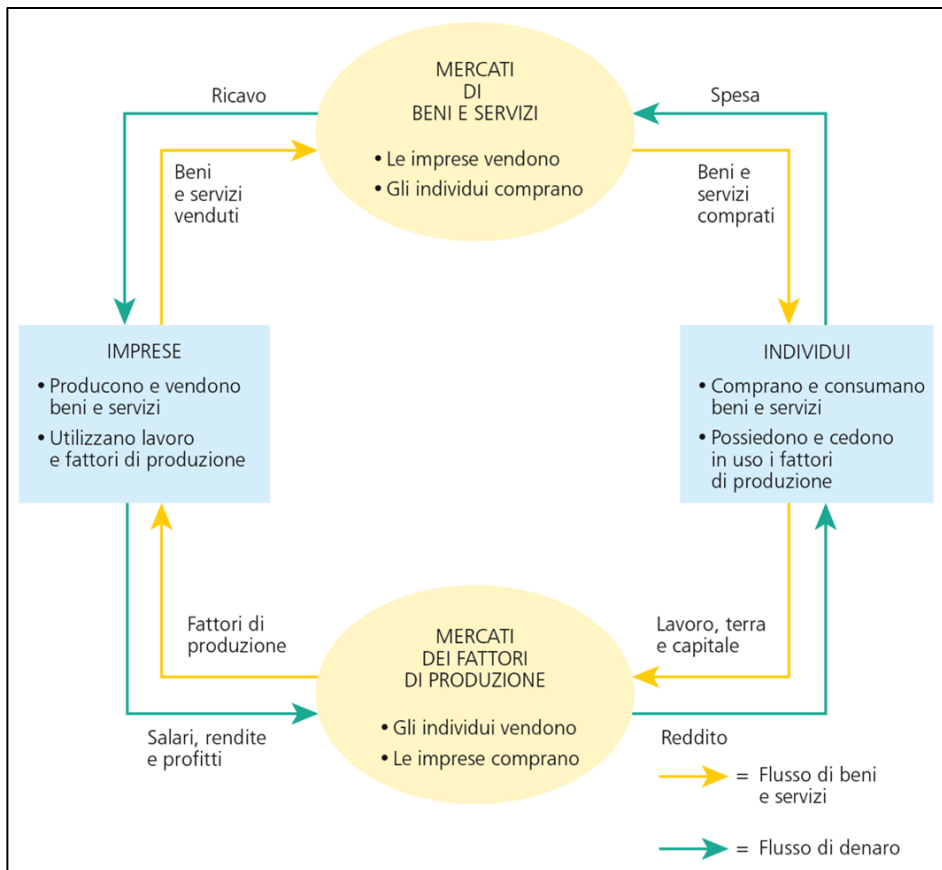
Corso di Laurea in Giurisprudenza  
A.A. 2025/26

Marco Nieddu

---

## 15. RIASSUNTO

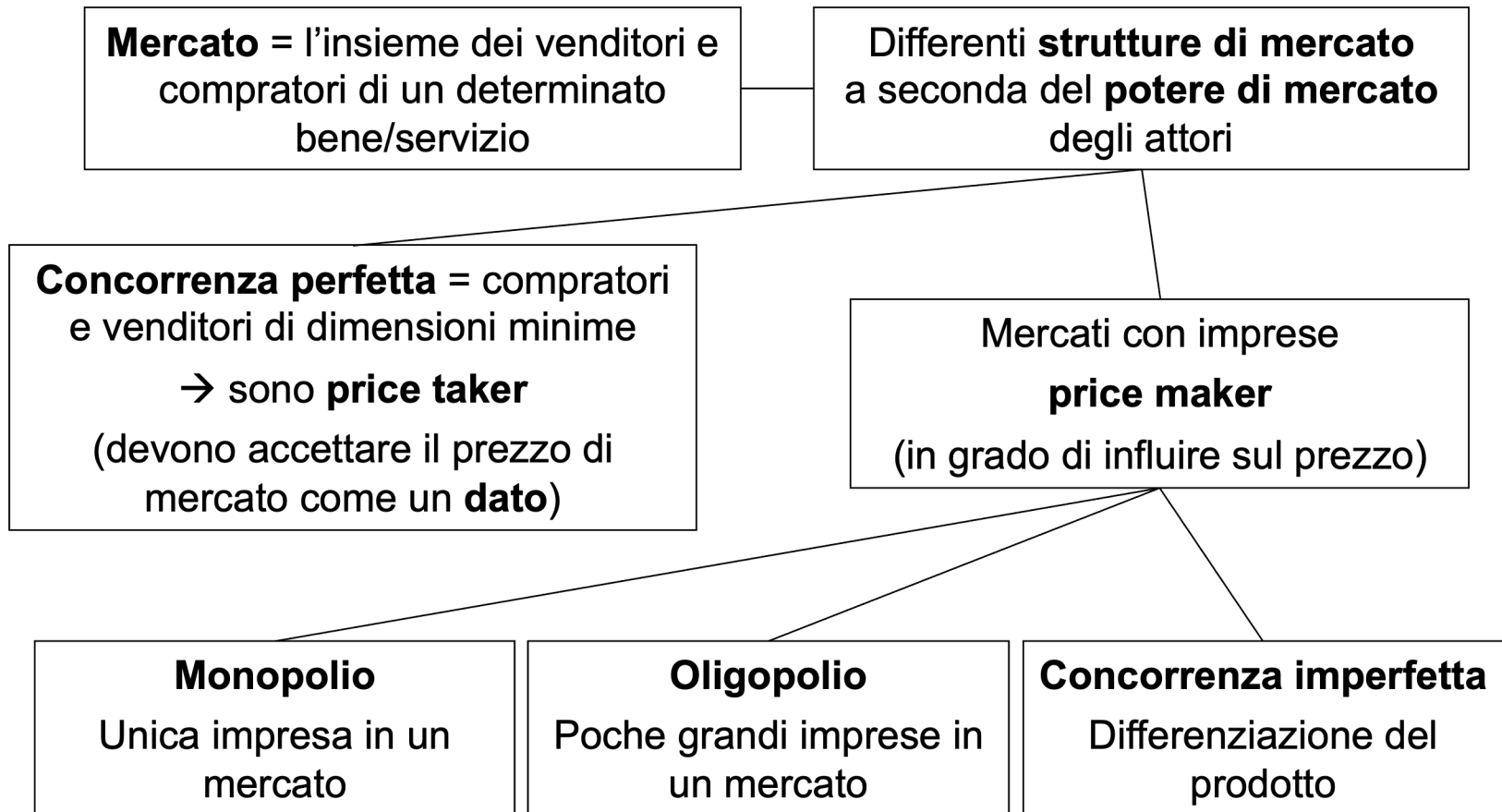
# 1. Il mercato e gli agenti



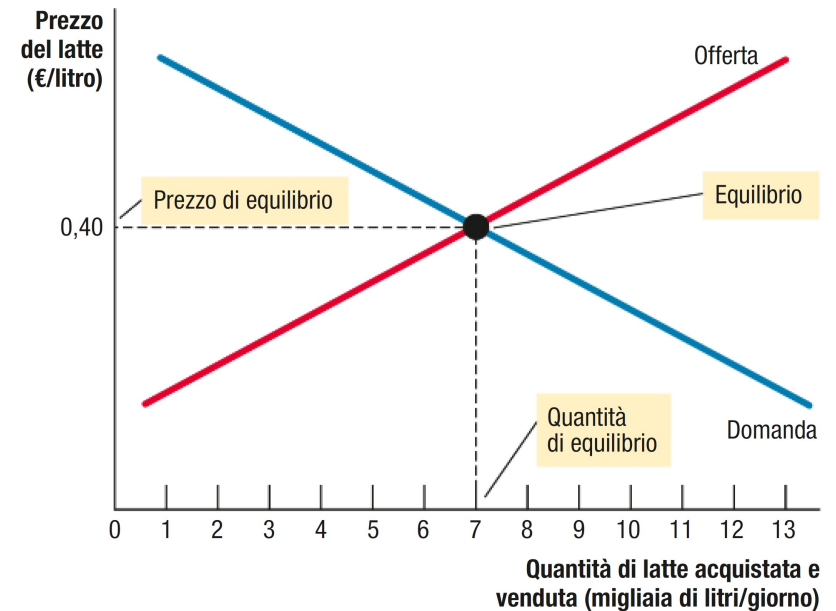
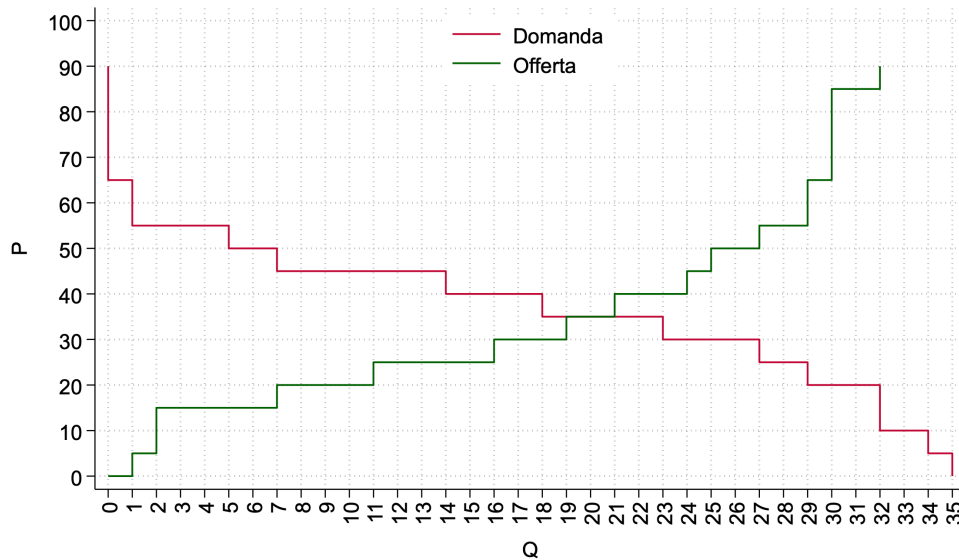
## Gli agenti economici:

- Consumatori: massimizzano il proprio benessere (*utilità*)
- Produttori: massimizzano il proprio benessere (*profitti*)
- +
- Stato: interviene per massimizzare il benessere sociale complessivo (*surplus*) o per compensare le disuguaglianze (redistribuzione)

# 1. Il mercato e gli agenti



# 1. Il mercato e gli agenti



Fuori dall'equilibrio:

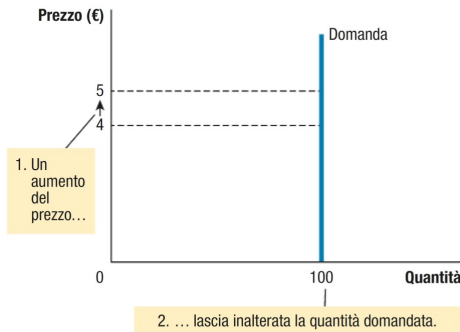
- Eccesso di domanda
- Eccesso di offerta

## *Legge della domanda e dell'offerta*

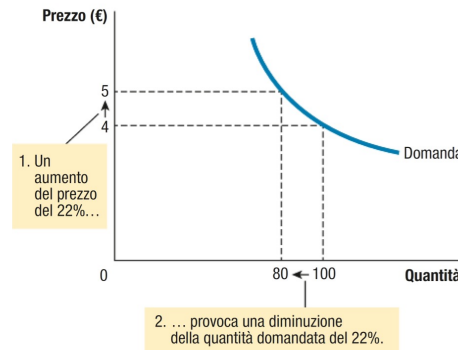
*Il prezzo di qualsiasi bene si adegua per portare in **equilibrio** la quantità offerta e la quantità richiesta di quel bene.*

# 1. Il mercato e gli agenti: diverse curve di domanda (e offerta)

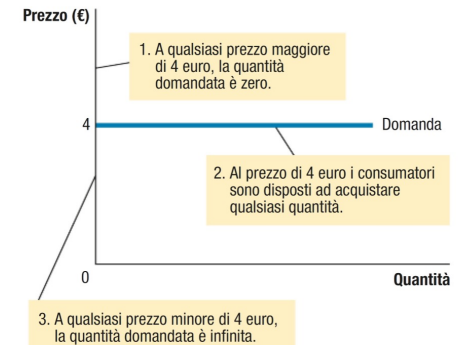
(a) Domanda perfettamente anelastica: elasticità = 0



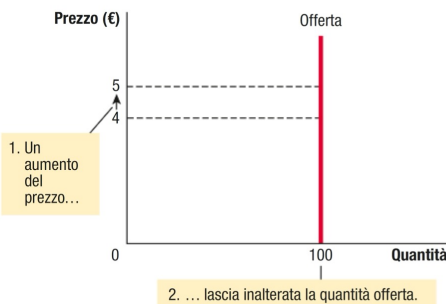
(c) Domanda con elasticità unitaria: elasticità = 1



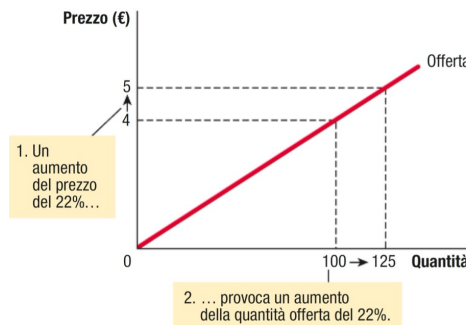
(e) Domanda perfettamente elastica: elasticità infinita



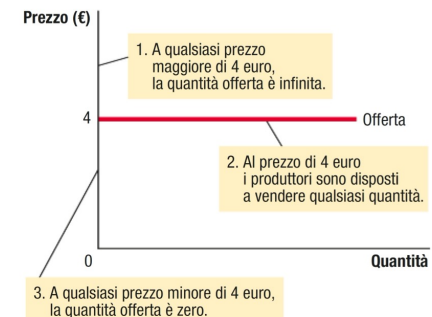
(a) Offerta perfettamente anelastica: elasticità = 0



(c) Offerta con elasticità unitaria: elasticità = 1



(e) Offerta perfettamente elastica: elasticità infinita



$$\text{elasticità} = \frac{\text{variazione \% della quantità domandata (o offerta)}}{\text{variazione \% del prezzo}}$$

## 2. Gli agenti di mercato: consumatori

---

- **Da dove viene la forma della curva di domanda?\***
  - I consumatori massimizzano la loro utilità date le loro preferenze e un vincolo di risorse (il vincolo di bilancio) scegliendo una combinazione dei beni
  - Se il prezzo di uno dei due beni sale, riducono il consumo per due ragioni:
    - *Effetto sostituzione*: si spostano verso il bene relativamente meno caro
    - *Effetto reddito*: sono complessivamente più poveri, a causa dell'aumento del prezzo di uno dei due beni che consumano

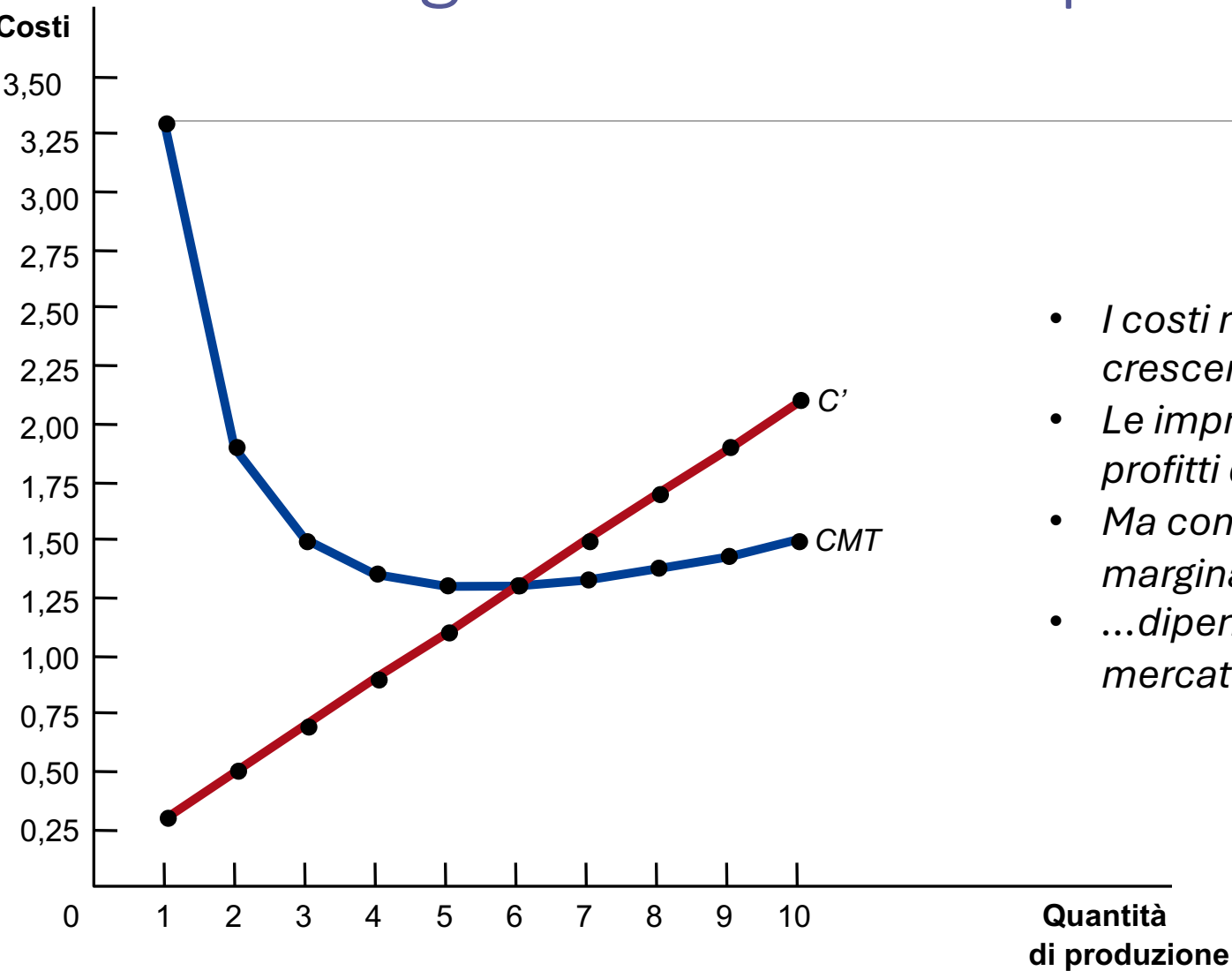
\* Vedi **capitolo 4**: preferenze e scelte dei consumatori

# 3. Gli agenti di mercato: produttori

---

- **Da dove viene la forma della curva di offerta?**
  - Una funzione di produzione con produttività marginale decrescente implica che i costi marginali siano crescenti
  - Le imprese massimizzano il profitto, ossia la differenza tra RT e CT, scegliendo la quantità ottima da produrre
  - La condizione che massimizza il profitto è  $R'=C'$ 
    - Se  $R' > C'$ , l'azienda dovrebbe aumentare Q per aumentare il profitto
    - Se  $R' < C'$  l'azienda dovrebbe diminuire Q per aumentare il profitto
    - Se  $R' = C'$  il profitto è massimizzato.

### 3. Gli agenti di mercato: produttori

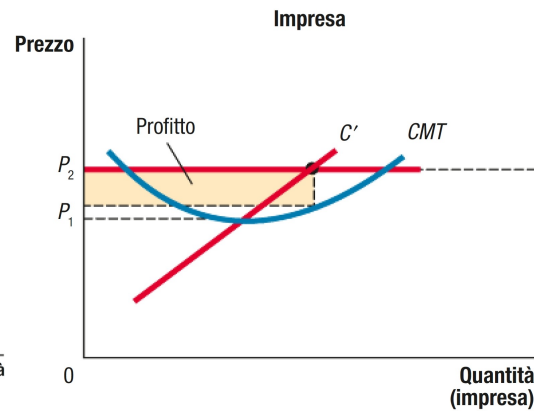
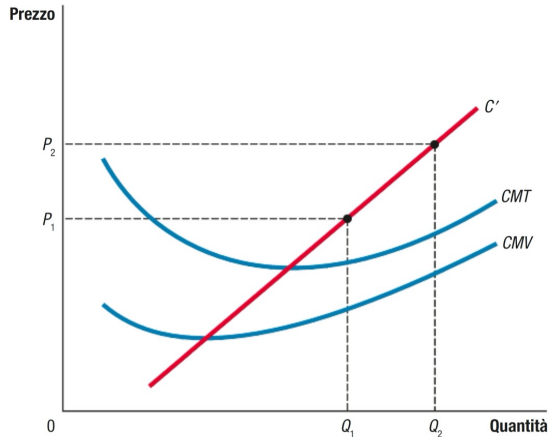


- *I costi marginali (C') sono crescenti (e i CMT sono a U)*
- *Le imprese massimizzano i profitti quando  $C'=R'$*
- *Ma come sono fatti i ricavi marginali?*
- *...dipende dalla forma di mercato*

# 4. Forme di mercato

	Struttura di mercato		
	Concorrenza perfetta	Concorrenza monopolistica	Monopolio
<b>Caratteristiche comuni alle tre strutture</b>			
Obiettivo dell'impresa	Massimo profitto	Massimo profitto	Massimo profitto
Regola di massimizzazione	$R' = C'$	$R' = C'$	$R' = C'$
L'impresa può realizzare un profitto nel breve periodo?	Sì	Sì	Sì
<b>Caratteristiche comuni a concorrenza monopolistica e monopolio</b>			
L'impresa è price taker?	Sì	No	No
Prezzo	$P = C'$	$P > C'$	$P > C'$
Produce la quantità che massimizza il benessere?	Sì	No	No
<b>Caratteristiche comuni a concorrenza monopolistica e concorrenza perfetta</b>			
Numero di imprese	Molte	Molte	Una
Ingresso nel lungo periodo?	Sì	Sì	No
L'impresa può realizzare profitti nel lungo periodo?	No	No	Sì

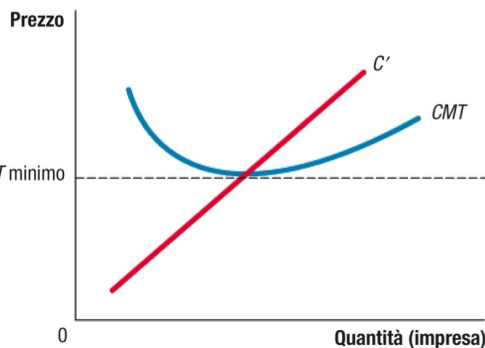
# 4. Forme di mercato I: concorrenza perfetta



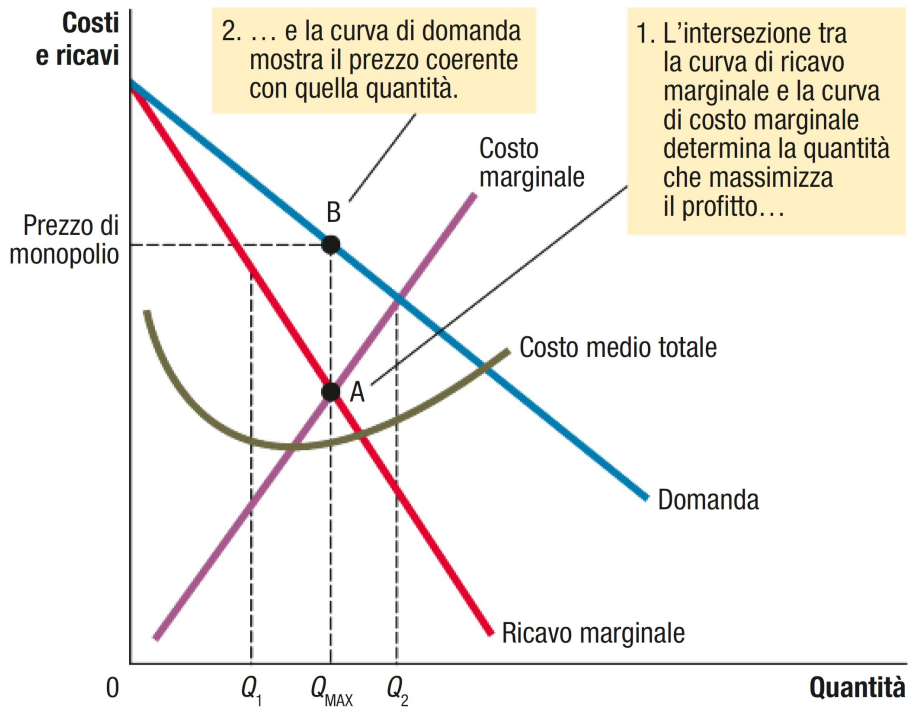
- I ricavi marginali sono pari al prezzo ( $R'=P$ )
- $C'=R'=P$
- L'offerta dell'impresa è data dai  $C'$
- Se ci sono profitti positivi:
  - nuove imprese arrivano sul mercato
  - aumenta l'offerta di mercato
  - i prezzi scendono, quindi diminuiscono  $R'$
  - i profitti dell'impresa convergono a 0, e il prezzo al minimo CTM (scala efficiente)

(a) Impresa in condizioni di profitto nullo

(b) Offerta di mercato

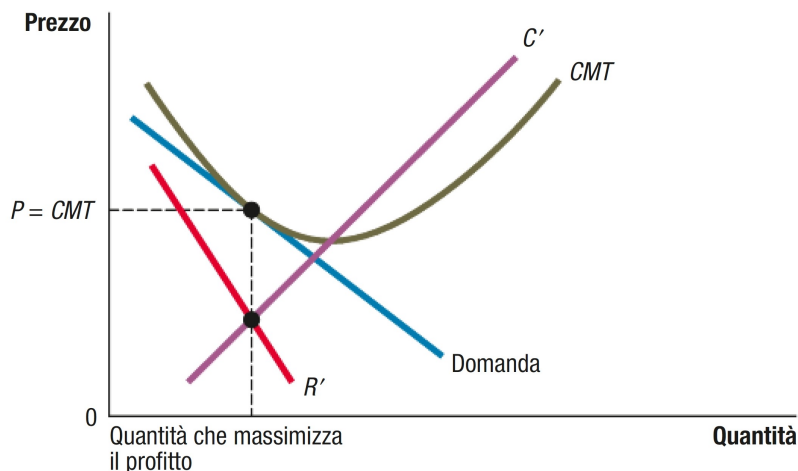
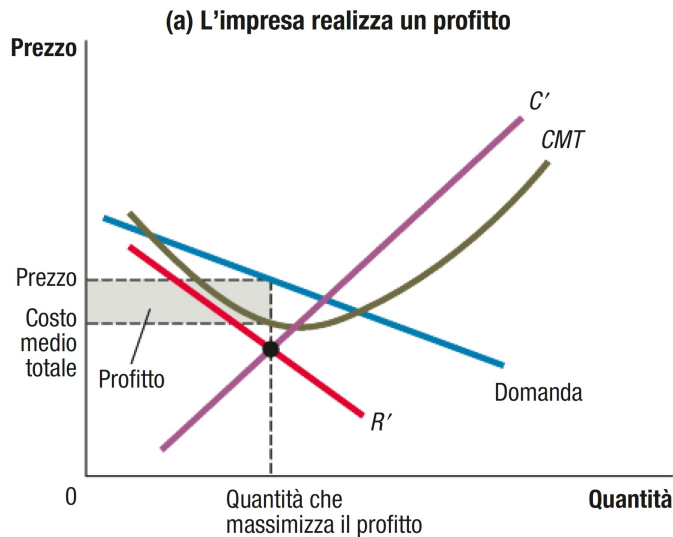


# 4. Forme di mercato II: monopolio



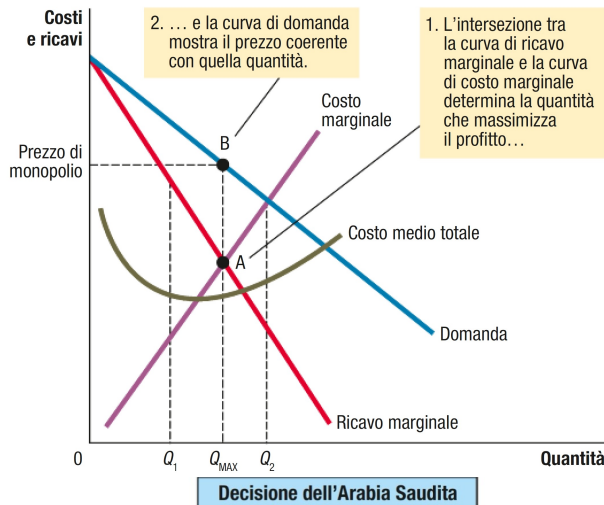
- I ricavi marginali sono inferiori al prezzo
  - Se l'impresa aumenta le quantità, i ricavi aumentano per l'effetto quantità, ma diminuiscono per l'effetto prezzo
- $C' = R' < P$
- Se ci sono profitti positivi:
  - nuove imprese non possono entrare nel mercato a causa di barriere all'ingresso
  - i profitti persistono anche nel lungo periodo

# 4. Forme di mercato III: concorrenza monopolistica



- I ricavi marginali sono inferiori al prezzo
  - Se l'impresa aumenta le quantità, i ricavi aumentano per l'effetto quantità, ma diminuiscono per l'effetto prezzo
- $C' = R' < P$
- Se ci sono profitti positivi:
  - nuove imprese **possono entrare nel mercato** ed offrire un bene differenziato
  - si riduce la domanda per ogni singola impresa (domanda e ricavi marginali si spostano verso sinistra)...
  - ...fino al punto in cui i profitti sono nulli ( $P = CMT$ )
  - Ma i prezzi sono comunque superiori al caso della concorrenza perfetta: arriviamo ai CMT, non al punto di minimo dei CMT (la scala efficiente)

# 4. Forme di mercato IV: oligopolio



- Le imprese in oligopolio possono scegliere se:
  - Colludere (comportarsi come un monopolista)
  - Farsi concorrenza (sulle quantità, o sui prezzi), deviando dall'accordo
- La decisione se colludere o meno dipende dall'interazione strategica degli agenti
  - Nei giochi one shot, ci sarà sempre un incentivo (privato) per deviare dall'accordo
  - Nei giochi ripetuti, è più verosimile un equilibrio basato sulla collusione tacita
  - Se le imprese non colludono, ottengono prezzi (e profitti) inferiori a quelli del monopolio (ma superiori al caso della CP)

		Produzione elevata	Produzione contenuta
Decisione dell'Iraq	Produzione elevata	Arabia Saudita: 40 miliardi di \$ di profitto Iran: 40 miliardi di \$ di profitto	Arabia Saudita: 30 miliardi di \$ di profitto Iran: 60 miliardi di \$ di profitto
	Produzione contenuta	Arabia Saudita: 60 miliardi di \$ di profitto Iraq: 30 miliardi di \$ di profitto	Arabia Saudita: 50 miliardi di \$ di profitto Iraq: 50 miliardi di \$ di profitto

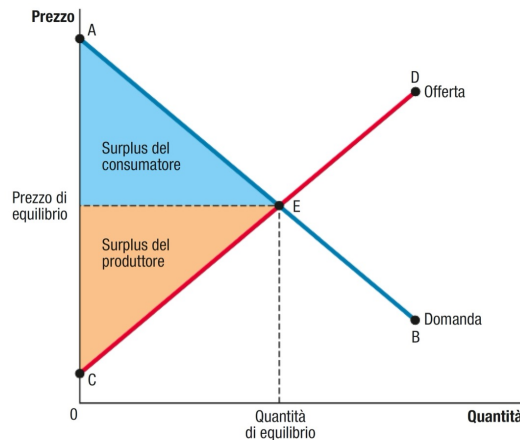
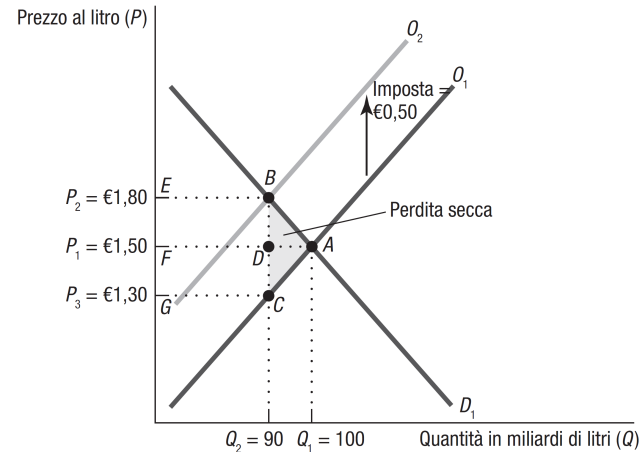
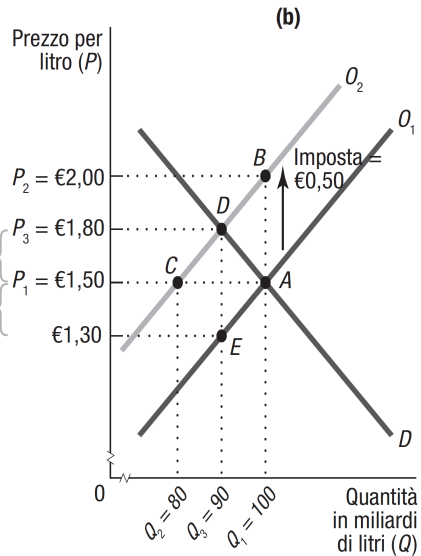
# 5. L'intervento dello Stato

---

Lo Stato può intervenire in un'economia per

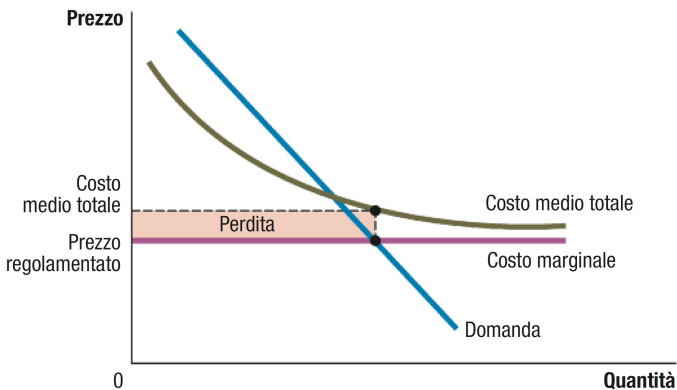
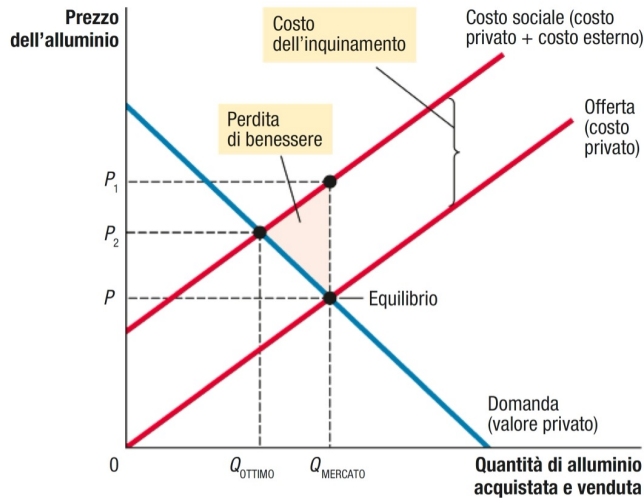
1. Interventi redistributivi (*trade-off* con efficienza):
  - Tassare un mercato per raccogliere gettito (da usare come sussidi / ridurre la tassazione in un altro mercato)
  - Fissare un prezzo massimo (o minimo)
2. Interventi per migliorare l'efficienza:
  - Promuovere la concorrenza
  - Regolamentare i prezzi di un monopolista
  - Ovviare ai fallimenti del mercato privato (beni pubblici, esternalità, beni meritori)

# 5. L'intervento dello Stato: costi e benefici della redistribuzione



- L'introduzione di imposte e sussidi, così come prezzi massimi o minimi, ha un costo in termini di efficienza rappresentato dalla **perdita secca**
- Ci allontaniamo dall'efficienza massima che otterremmo nel caso di un mercato concorrenziale (senza intervento dello Stato)
- La perdita secca è in generale più grande se
  - L'elasticità di D e O è maggiore
  - L'imposta è più elevata

# 5. L'intervento dello Stato: interventi per migliorare l'efficienza



- Lo Stato interviene per migliorare l'efficienza
  1. nel caso di fallimenti di mercato:
    - Fornitura diretta del bene pubblico
    - Tassa pigouviana (o permessi *cap-and-trade*) in caso di esternalità
  2. Per correggere mercati non concorrenziali:
    - Regolamentazione del prezzo in monopolio
    - Interventi per favorire la concorrenza (contro concentrazione di mercato, collusione...)
- In alcuni casi (es., correzione di esternalità) l'intervento dello Stato elimina la perdita secca, in altri può solo ridurla

