

Conoscere le varie forme di mercato

Diego Medici - lic. sc. ec.

Istituto MecoP - Facoltà di scienze economiche
Università della Svizzera italiana - Lugano

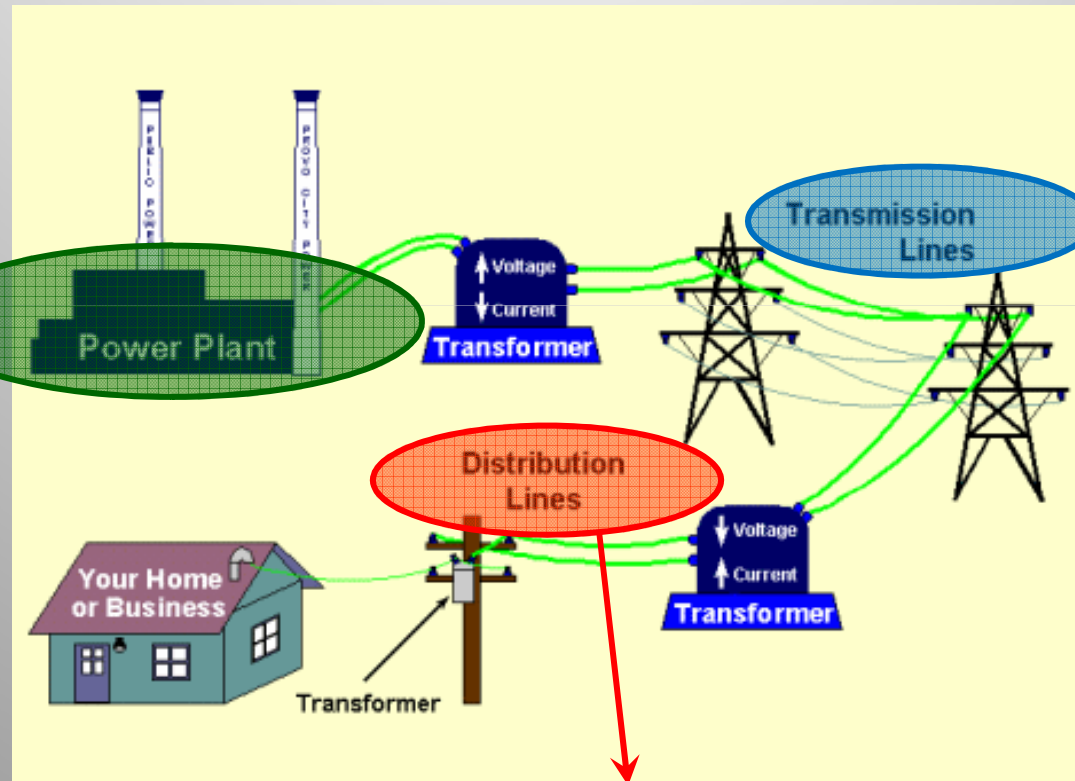
Tenero - venerdì 20 novembre 2009

Contenuti

- Il settore elettrico e la struttura del mercato (in TI, CH, EU)
- Alcune considerazioni di tipo economico
- Tipi di strutture di mercato esistenti
- Criteri di classificazione
- Concorrenza perfetta e monopolio
- Presentazione di due studi empirici

Settore elettrico

Monopolio → Concorrenza



Monopolio naturale

Concorrenza

Settore elettrico ticinese

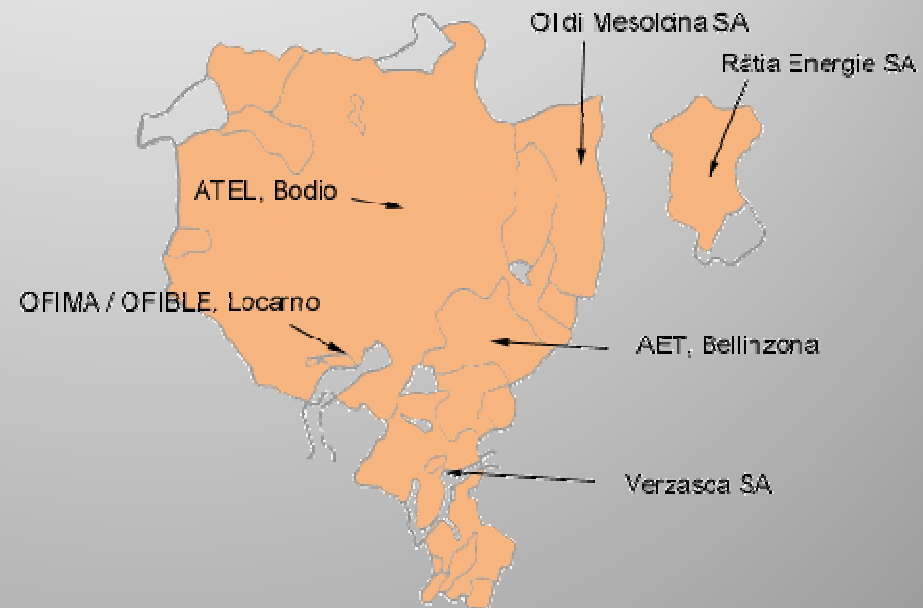
Distributori di energia elettrica in Ticino:



Fonte: www.eletricita.ch

Settore elettrico ticinese

Produttori di energia elettrica in Ticino:



Fonte: www.elettricità.ch

Struttura del mercato svizzero

Numero di aziende elettriche (2003)

Trasporto e distribuzione	940
Produzione, trasporto e distribuzione	140
Produzione e trasporto	10
Produzione	80
Totale	1'170

Struttura del mercato svizzero

- Enormi differenze tra le aziende.
- Alta concentrazione nella produzione: le 15 più grandi società elettriche svizzere (pari a solo l'1% del totale) controllano più del 50% di tutto il mercato.

Distribuzione in Europa

Paese	Nr. distributori	Quota dei 10 "big"
Italia	226	99%
Austria	129	79%
Germania	1'000	40%
Danimarca	105	50%
Svezia	244	47%
Norvegia	198	40%
Finlandia	110	40%
Svizzera	1'000	40%

Fonte: Filippini, Wild, Lüchinger. 2001. *Regulierung der Verteilnetzpreise zu Beginn der Marktöffnung*. Studie im Auftrag des Bundesamtes für Energie

L'economia di mercato

- Il mercato realizza un'allocazione efficiente delle risorse solo se si verificano allo stesso tempo le seguenti condizioni:
 - presenza di molti venditori e compratori;
 - prodotti e servizi omogenei;
 - assenza d'inquinamento nella produzione e nel consumo;
 - perfetta mobilità dei fattori produttivi;
 - completa informazione sui mercati.

Economia Politica

- L'economia studia il comportamento economico delle società moderne per capire come queste:
 - utilizzano risorse scarse per produrre beni utili;
 - distribuiscono la ricchezza tra i diversi soggetti.
- Due concetti chiave dell'economia sono pertanto:
 - Scarsità: insufficienza delle risorse esistenti per soddisfare tutti i bisogni che le società manifestano.
 - Efficienza: capacità di utilizzare al meglio le risorse disponibili. Un sistema economico si definisce efficiente se non è in grado di aumentare la produzione di un bene senza diminuire la produzione di un altro bene (assenza di sprechi).

3 problemi economici

- Cosa produrre?
 - Viene stabilito dai consumatori nelle decisioni di acquisto quotidiane.
- Come produrre?
 - La concorrenza tra i vari produttori spinge verso il metodo di produzione più efficiente.
- Per chi produrre?
 - La distribuzione della ricchezza (chi consuma e in quali quantità) dipende dalla distribuzione dei salari, dei tassi di interesse e dei profitti.

I fallimenti del mercato

- Vi sono almeno 6 cause che legittimano, almeno in teoria, un intervento pubblico nel mercato:
 - Insufficiente concorrenza;
 - Beni pubblici;
 - Esternalità;
 - Asimmetrie informative;
 - Ridistribuzione del reddito e beni meritori;
 - Disoccupazione, inflazione e disequilibrio.
- Le possibili strategie di intervento pubblico possono essere:
 - Produzione Statale;
 - Regolamentazione del mercato.

Regolamentazione

- La regolamentazione consiste in disposizioni governative o leggi emanate al fine di controllare i prezzi, le vendite o le decisioni produttive delle imprese.
- Si può distinguere tra 2 diverse forme di regolamentazione:
 - Regolamentazione Economica: si preoccupa di controllare i prezzi, le condizioni di ingresso e di uscita nel mercato e la qualità del servizio prestato da una particolare industria.
 - Regolamentazione Sociale: si prefigge di tutelare l'ambiente, la salute e la sicurezza di lavoratori e consumatori.

Monopolio naturale

- In alcuni settori le condizioni di produzione hanno le caratteristiche del monopolio naturale:
 - forti barriere all'entrata e all'uscita;
 - presenza di infrastrutture molto costose che generano una curva dei costi medi unitari decrescente.
- Spesso si tratta di settori strategici per la società:
 - Produzione di elettricità;
 - Raccolta rifiuti;
 - ...

Monopolio naturale

- Definizione tradizionale:
 - La presenza di costi unitari decrescenti (presenza di economie di scala) per tutti i livelli di produzione fino alla quantità massima della domanda di mercato costituisce una condizione sufficiente per l'esistenza di un monopolio naturale.

Strutture di mercato

Struttura	Nr. di produttori e livello di differenziazione dei prodotti	Grado di controllo sul prezzo	Metodi di marketing	Esempi
Concorrenza perfetta	Molti produttori Prodotti identici	Nessuno	Scambi di mercato o aste	Mercati finanziari; prodotti agricoli
Monopolio	Unico produttore Prodotto unico	Elevato	Pubblicità e promozione del servizio	Telefonia, elettricità (monopoli naturali*); Microsoft Windows

*: caso estremo, dove il costo medio unitario ed il costo marginale dell'impresa sono in discesa, mentre i rendimenti di scala sono crescenti

Fonte: Samuelson, P.A. e W.D., Nordhaus. 2005. *Economics*, 18th Ed. McGraw-Hill International Edition, page 169

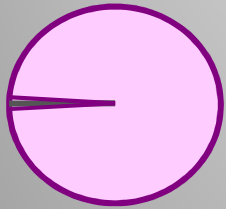
Strutture di mercato

	Struttura	Nr. di produttori e livello di differenziazion e dei prodotti	Grado di controllo sul prezzo	Metodi di marketing	Esempi
Concorrenza imperfetta	Concorrenza monopolistica	Molti produttori Prodotto differenziato	Parziale	Pubblicità e rivalità sulla qualità Prezzi amministrativi	Commercio al dettaglio (benzina, pc, ...)
	Oligopolio	Pochi produttori Prodotto omogeneo o differenziato			Acciaio, prodotti chimici auto, software

Fonte: Samuelson, P.A. e W.D., Nordhaus. 2005. *Economics*, 18th Ed. McGraw-Hill International Edition, page 169

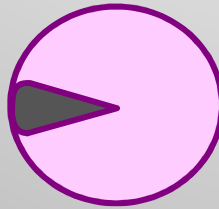
Strutture di mercato

Conc. Perfetta



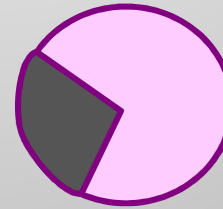
Quota di mercato minuscola
Controllo sul prezzo NULLO

Conc. Monop.



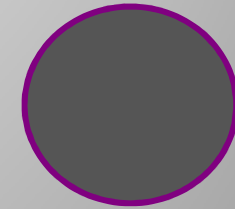
Piccola nicchia di mercato
Controllo sul prezzo debole

Oligopolio



Quota di mercato rilevante
Controllo sul prezzo marcato

Monopolio



TUTTO il mercato
Controllo sul prezzo completo

Criteri di classificazione

- **Dimensione** delle imprese
- **Numerosità** delle imprese
- Omogeneità o differenziazione dei **prodotti**
- Facilità d'**entrata nel mercato**

Concorrenza perfetta

- Numero delle imprese: **moltissime**
- Dimensione delle imprese: **piccola**
- Prodotto: **omogeneo**
- Barriere all'entrata: **nessuna**
- Potere di mercato: **nessuno**
- Nella realtà: **molto rara**

Monopolio

- Numero delle imprese: **una sola**
- Dimensione delle imprese: **grande**
- Prodotto: **unico**
- Barriere all'entrata: **insuperabili**
- Potere di mercato: **massimo**
- Nella realtà: **rara**

Analisi empirica delle economie di scala

- Lo studio di Filippini (1996) riguarda i costi standard e l'efficienza di scala del settore svizzero della distribuzione di energia elettrica .
- Per questa analisi é stato formulato il seguente modello di costo:
 - $CT = h (Y, LF, P_K, P_L, P_E)$
 - dove CT é il costo totale, Y é l'output misurato in kilowattora (kWh), LF il fattore di carico (load factor), P_K , P_L e P_E sono i prezzi dei fattori produttivi capitale, lavoro ed energia.

Il campione di aziende

- Il campione di dati utilizzato é formato da 39 aziende di distribuzione di energia elettrica operanti in diverse città svizzere.
- Parte dei dati sono contenuti nei documenti statistici elaborati annualmente dall'Ufficio federale di statistica e dall'Ufficio federale dell'energia, mentre altri dati sono stati richiesti direttamente alle aziende elettriche interessate tramite questionario.
- Anni considerati nell'analisi: 1988-1991.

Forma funzionale

- Cobb-Douglas (Log-log):

$$\ln CT = \alpha_0 + \alpha_y \ln y + \alpha_{PL} \ln PL + \alpha_{PK} \ln PK + \alpha_{PE} \ln PE + \alpha_{LF} \ln LF$$

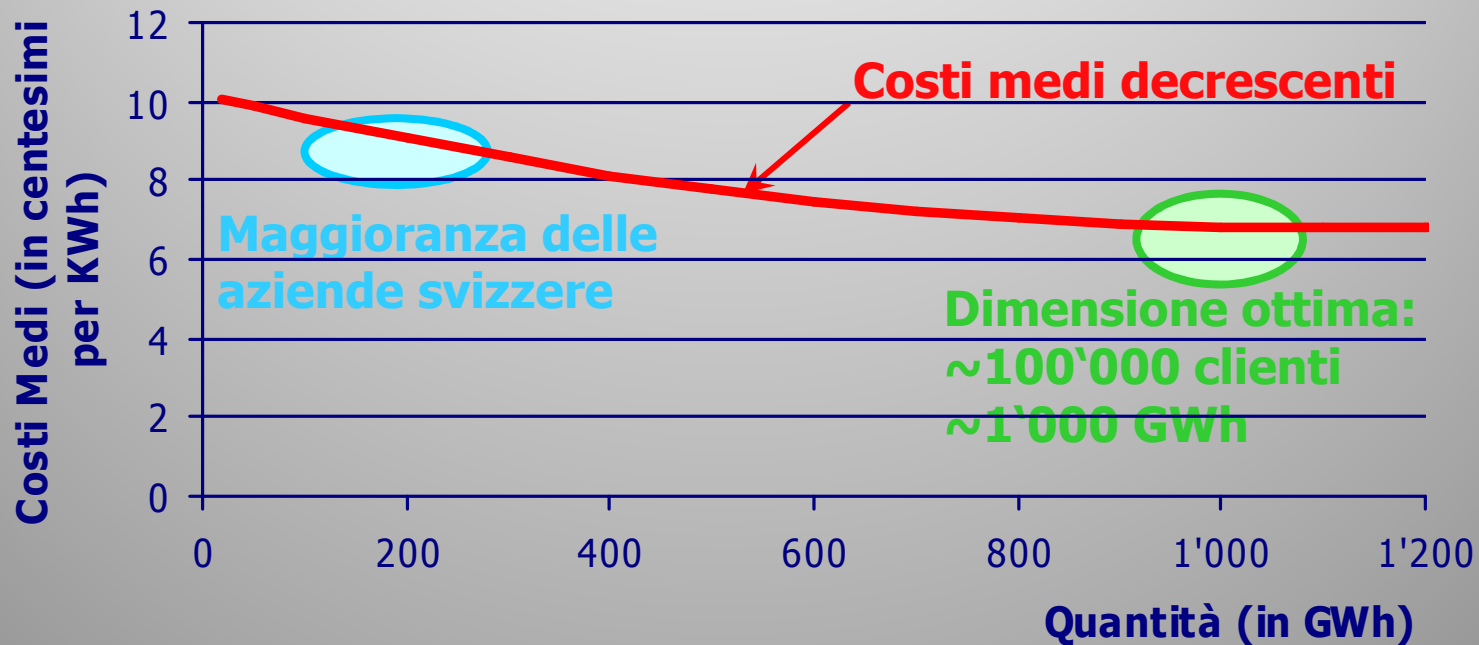
Risultati della stima

Coefficiente	Modello Cobb-Douglas
α_0	16.738*
α_Y	0.646*
α_{PL}	0.133*
α_{PK}	0.221*
α_{LF}	-0.045*
α_{PE}	0.001

* significativamente diverso da 0

Costi medi di distribuzione

Studio Filippini, Wild (2001)



GRAZIE...

...e ARRIVEDERCI