

## Conoscere le varie forme di mercato

Diego Medici - lic. sc. ec.

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

Mendrisio - venerdì 16 novembre 2007

## Contenuti

- L'istituto MecoP
- 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
- Costi medi di distribuzione (studio empirico)

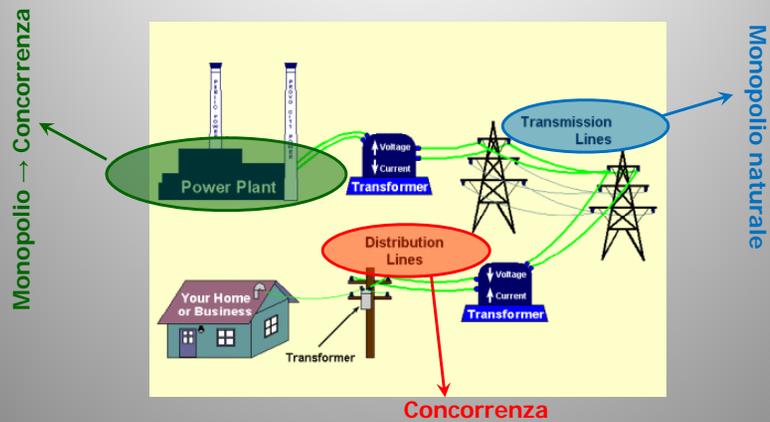
## Istituto MecoP

- Istituto di microeconomia ed economia pubblica della Facoltà di Scienze economiche dell'Università della Svizzera italiana.
- Tra 15 e 20 collaboratori.
- Due aree disciplinari: economia pubblica e management pubblico.

## Istituto MecoP

- Obiettivi principali:
  - sviluppare, sperimentare ed applicare nuovi metodi e strumenti microeconomici;
  - promuovere la formazione di ricercatori ed il trasferimento di conoscenza agli studenti (bachelor, master e dottorato);
  - diventare centro di competenza per l'analisi economica dei servizi privati e pubblici e dell'economia sanitaria.

## Settore elettrico



5

## Settore elettrico ticinese

Distributori di energia elettrica in Ticino:



Fonte: www.electricita.ch

6

## Settore elettrico ticinese

Produttori di energia elettrica in Ticino:



Fonte: www.electricita.ch

7

## Struttura del mercato svizzero

### Numero di aziende elettriche (2003)

Trasporto e distribuzione	940
Produzione, trasporto e distribuzione	140
Produzione e trasporto	10
Produzione	80
<b>Totale</b>	<b>1'170</b>

8

## 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, Luchsinger, 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 diverse cause che legittimano, almeno in teoria, un intervento pubblico nel mercato:
  - Insufficiente concorrenza;
  - Beni pubblici;
  - Esternalità;
  - Asimmetrie informative;
  - Ridistribuzione e beni meritori;
  - Disoccupazione, inflazione e disequilibrio.

## Il 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;
  - ...
- 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.

# Tipi di strutture di mercato

Struttura	Nr. di produttori e livello di differenziazione dei prodotti	Grado di controllo sul prezzo	Metodi di marketing	Esempi
<b>Concorrenza perfetta</b>	Molti produttori Prodotti identici	Nessuno	Scambi di mercato o aste	Mercati finanziari; prodotti agricoli
<b>Monopolio</b>	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

17

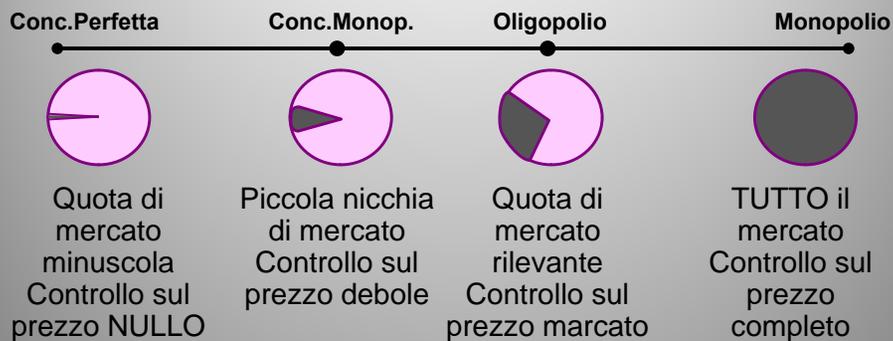
# Tipi di strutture di mercato

Struttura	Nr. di produttori e livello di differenziazione e dei prodotti	Grado di controllo sul prezzo	Metodi di marketing	Esempi	
<b>Concorrenza imperfetta</b>	<b>Concorrenza monopolistica</b>	Molti produttori Prodotto differenziato	Parziale	Pubblicità e rivalità sulla qualità Prezzi amministrativi	Commercio al dettaglio (benzina, pc, ...)
	<b>Oligopolio</b>	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

18

# Tipi di strutture di mercato



19

# Criteri di classificazione

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

20

## Concorrenza perfetta

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

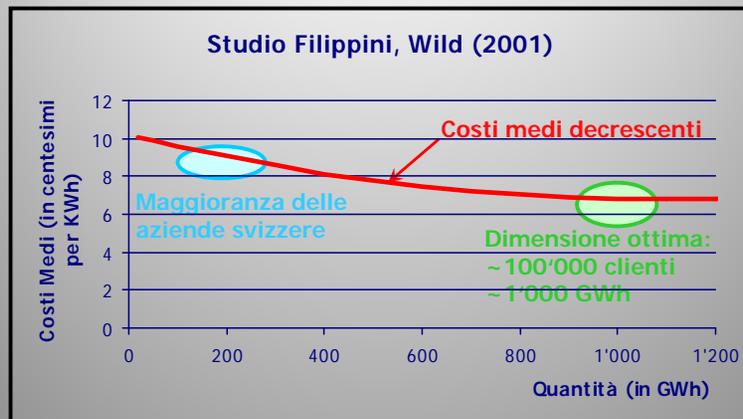
21

## Monopolio

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

22

## Costi medi di distribuzione



23

## GRAZIE...

## ...e ARRIVEDERCI

24