

Conoscere le varie forme di mercato

Diego Medici

Istituto MecoP - Facoltà di Scienze Economiche
Università della Svizzera Italiana - Lugano

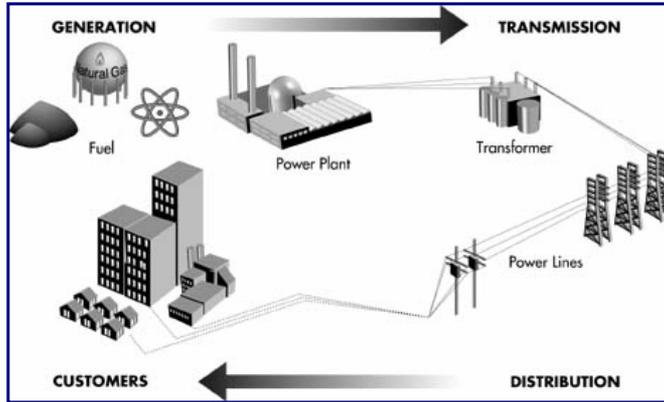
Tenero – venerdì 14 ottobre 2005

Contenuti

- Il settore elettrico
- Il settore elettrico ticinese
- Il settore elettrico svizzero
- Struttura del mercato svizzero
- Distribuzione in Europa
- Tipi di strutture di mercato
- Criteri di classificazione
- Concorrenza perfetta
- Monopolio
- Risultati di uno studio empirico (Filippini, 1998)



Settore elettrico



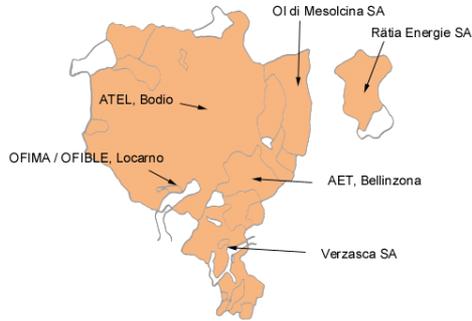
Settore elettrico ticinese

Distributori di energia elettrica in Ticino:



Settore elettrico ticinese

Produttori di energia elettrica in Ticino:



Fonte: www.elettricità.ch

Struttura del mercato svizzero

Numero di aziende elettriche (nel 1995)

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.

Tipi di 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

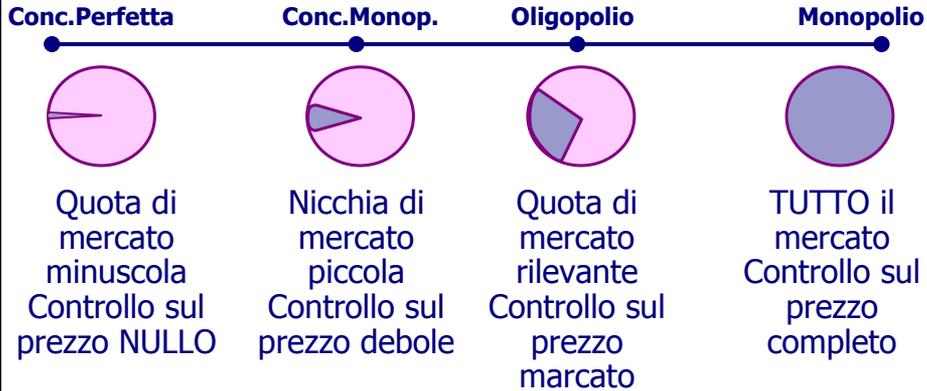
Fonte: Samuelson, P.A. e W.D., Nordhaus. 2005. *Economics*, 18th Ed. McGraw-Hill International Edition, page 169

Tipi di strutture di mercato

Struttura	Nr. di produttori e livello di differenziazione 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

Tipi di strutture di mercato



Criteri di classificazione

■ I 4 criteri principali sono:

- **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**

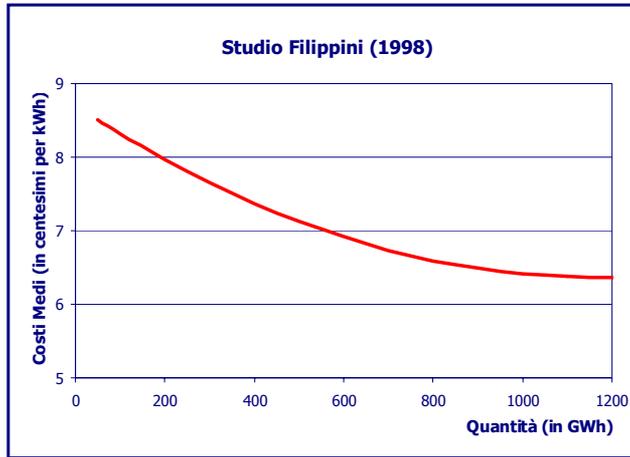


Monopolio

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



Costi medi di distribuzione



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE
 E
 ARRIVEDERCI**