



Corso di Laurea in Scienze Economiche L-33

Economia Politica -12 CFU

Prof. Massimiliano Ferrara

massimiliano.ferrara@unirc.it
massimiliano.ferrara@unibocconi.it

A.A. 2021/2022

Capitolo 5

Dietro la domanda: la teoria delle scelte del consumatore

Utilità e valore

Ipotesi del **modello economico standard**. I consumatori:

- sono **razionali**
- scelgono tra **alternative** (devono affrontare dei trade-off)
- mirano a massimizzare la propria **utilità**
- perseguono il proprio **interesse** (non si curano dell'utilità altrui)
- preferiscono una **quantità maggiore** di un bene a una quantità minore

utilità = la soddisfazione derivante dal consumo di una certa quantità di prodotto (= **valore** del prodotto in senso soggettivo)

misura dell'utilità = la somma che i consumatori sono disposti a pagare per acquistare quel bene (= valore di ciò cui si **rinuncia** con quell'acquisto)

La **teoria del consumatore**

i suoi vincoli (il **vincolo di bilancio**)

le sue preferenze (le **curve di indifferenza**)

le sue scelte (l'**ottimo del consumatore**)

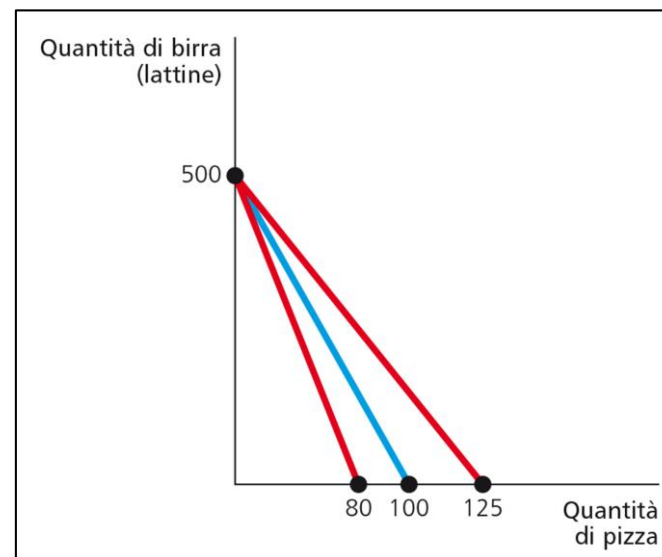
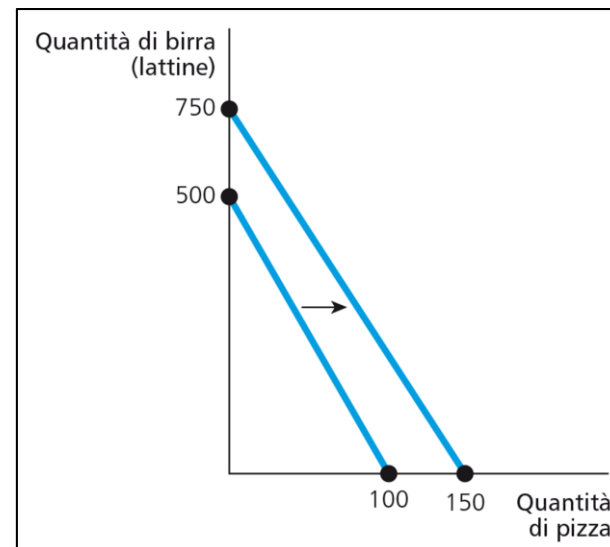
Vincolo di bilancio

Vincolo di bilancio = il limite ai panieri di consumo che il consumatore può acquistare.

Graficamente = l'insieme delle combinazioni acquistabili (maggior consumo di un bene comporta minor consumo dell'altro bene).

Il vincolo di bilancio (**vdb**) dipende da (e varia con):

- ammontare del **reddito**: un reddito più elevato comporta un **vdb** più alto e spostato verso destra;
- **prezzi** dei beni tra cui scegliere: un aumento del prezzo di un bene rende più stringente il **vdb** (il contrario per un'a diminuzione). La **pendenza del vdb** corrisponde al rapporto tra i **prezzi relativi** dei due beni.

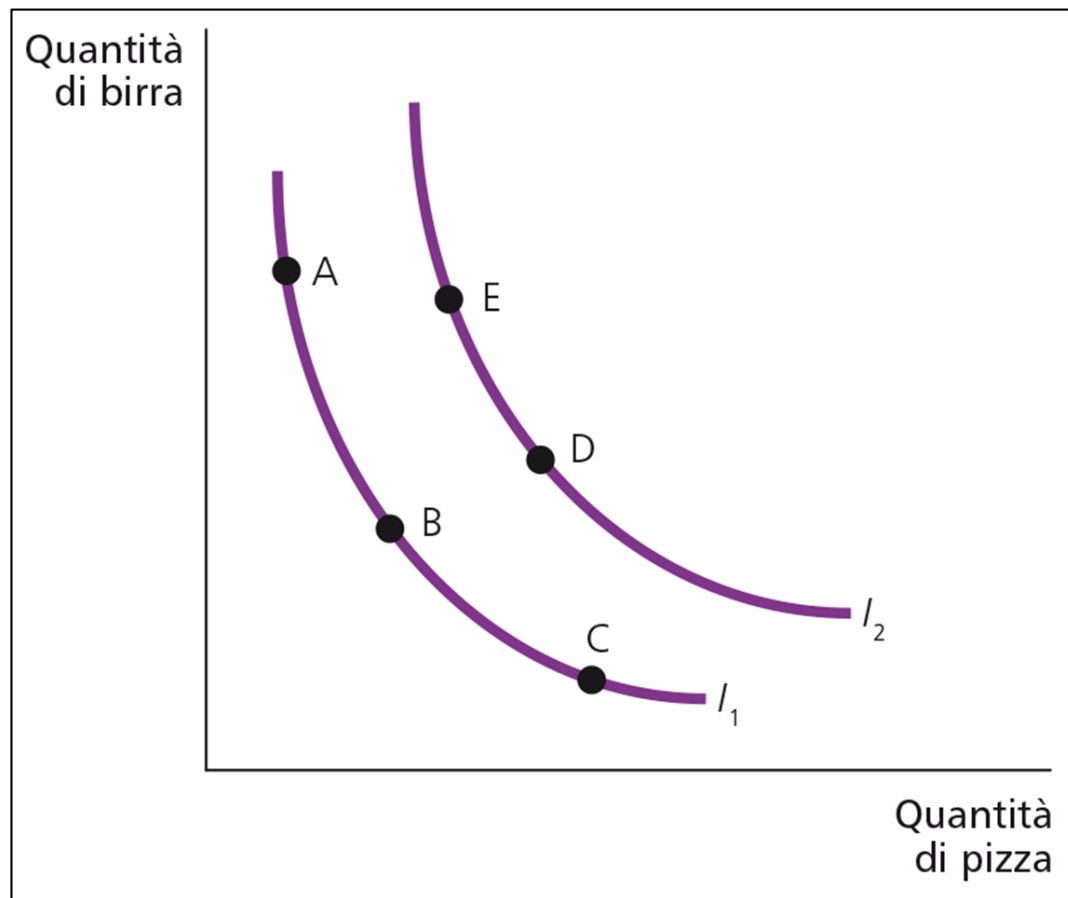


Le curve di indifferenza

La **curva di indifferenza** (***cdi***) mostra le combinazioni di consumo che offrono al consumatore il medesimo livello di soddisfazione.

Proprietà delle ***cdi***:

- 1) ***cdi*** più alte indicano livelli di soddisfazione maggiori.
- 2) Le ***cdi*** hanno **pendenza negativa** (se la quantità di un bene aumenta, quella dell'altro bene deve ridursi).
- 3) Le ***cdi*** non si **intersecano** mai.
- 4) Le ***cdi*** sono **convesse**.



Curve di indifferenza e utilità marginale

Le proprietà delle **cdi** sono collegate alla **utilità marginale** (**U'**) **decescente**.

La **U'** è l'incremento di **utilità** che il consumatore trae da una unità addizionale di un bene.

La **U'** è **decescente**: tende a diminuire con il numero di unità consumate.

Cdi e saggio marginale di sostituzione - 1

Saggio marginale di sostituzione

(**SMS**) = il rapporto al quale il consumatore è disposto a scambiare un bene con un altro.

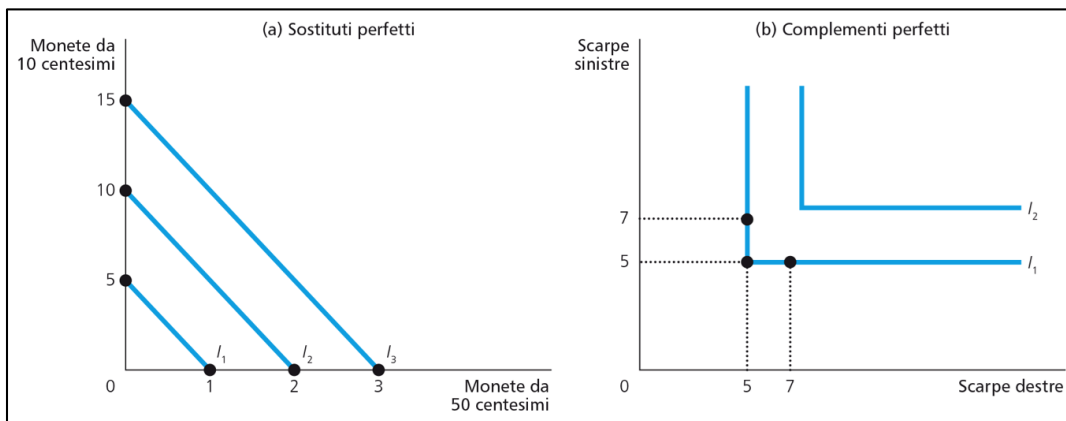
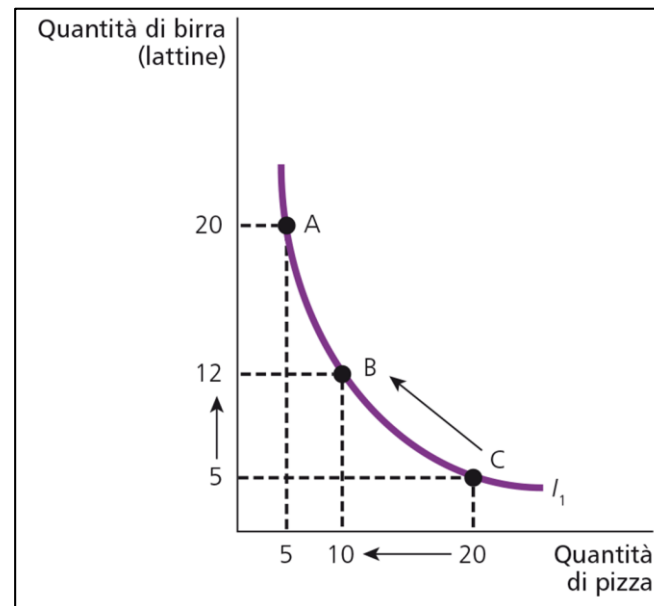
Il **SMS** è pari al rapporto tra le **utilità marginali** (U') dei due beni.

$$SMS_{x,y} = \frac{U'_x}{U'_y}$$

Cdi e saggio marginale di sostituzione -2

Il **SMS** determina la forma della **cdi**.
Casi possibili:

- 1) normalmente i beni sono **sostituti in una certa misura** → le **cdi** sono **convesse** e il **SMS** **varia** lungo la **cdi**;
- 2) beni **sostituti perfetti** → il **SMS** è **costante** e la **cdi** è **rettilenea**;
- 3) beni **complementi perfetti** → il **SMS** è **indefinito** e la **cdi** è a **gomito**.



L'equilibrio del consumatore

Tra le combinazioni acquistabili in base al suo **vdb**, il consumatore sceglierà quella appartenente alla **cdi** più elevata: quella rispetto a cui il **vdb** è **tangente**.

La **pendenza** della **cdi** è pari al **SMS**. La pendenza del **vdb** è pari al **prezzo relativo** dei due beni.

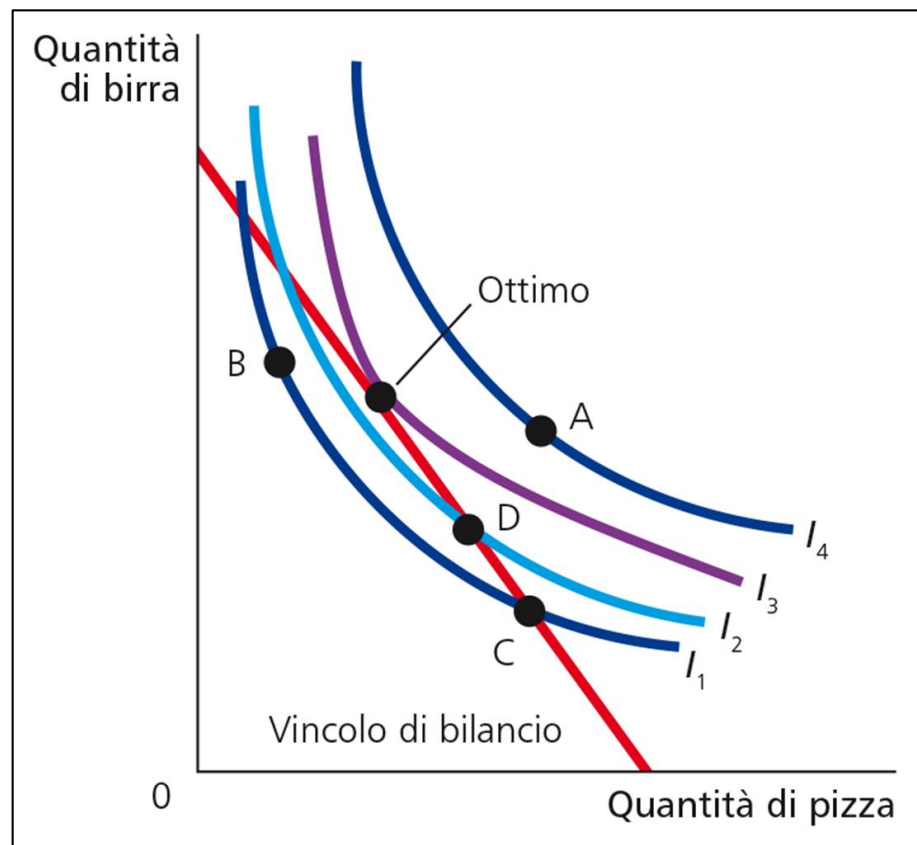
In questo punto abbiamo dunque $SMS = p_x/p_y$

Ma poiché $SMS = U'_x/U'_y$, la condizione di equilibrio risulta essere:

$$\frac{U'_x}{U'_y} = \frac{p_x}{p_y}$$

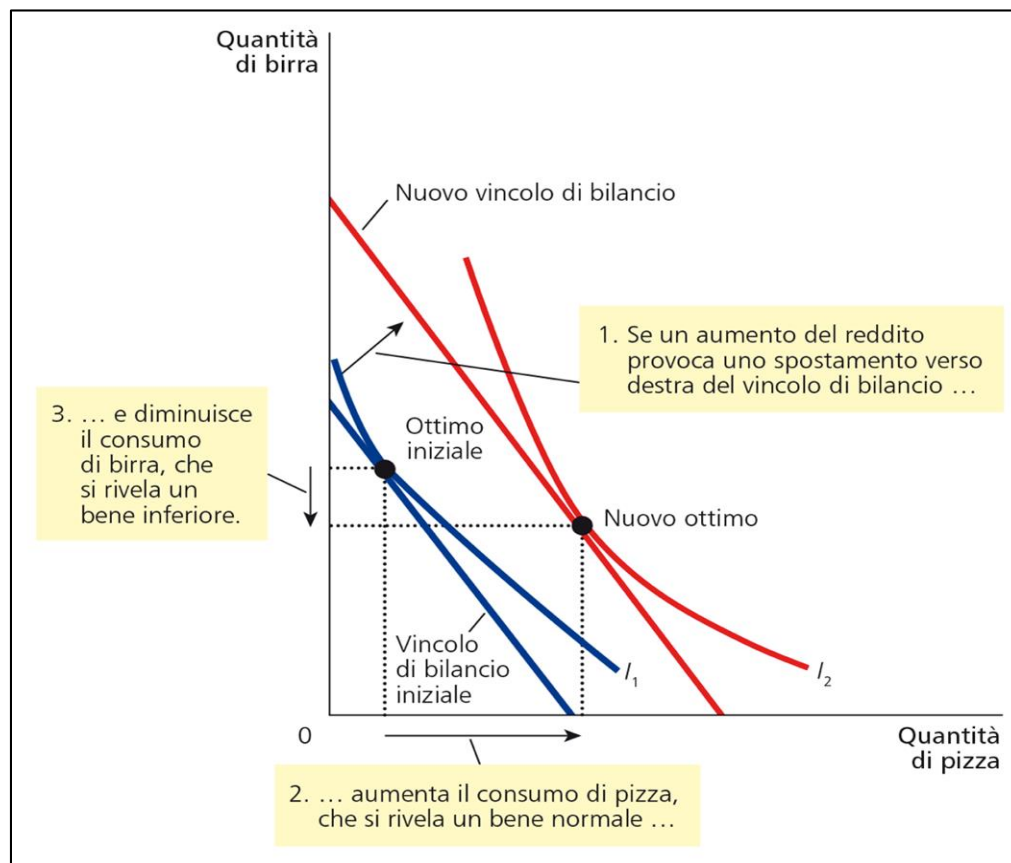
ovvero

$$\frac{U'_x}{p_x} = \frac{U'_y}{p_y}$$



Effetti di variazioni dei prezzi e del reddito - 1

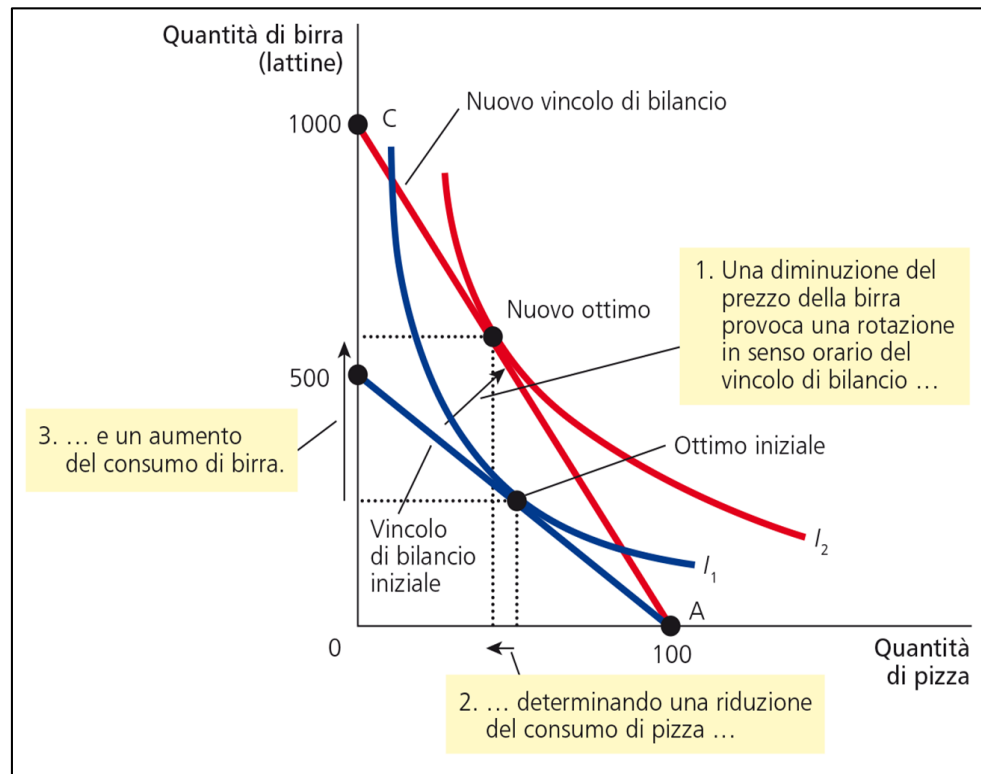
- Un **aumento del reddito** consente al consumatore di spostarsi su un **vdb** più alto e quindi anche su una **cdi** più elevata. Consumerà perciò di più dei due beni, ma non è detto nella stessa proporzione di prima.



Effetti di variazioni dei prezzi e del reddito - 2

- Una **variazione dei prezzi** dei beni comporta due effetti:

- 1) **effetto reddito**: la variazione di prezzo modifica il **potere d'acquisto** del consumatore e quindi la posizione del suo **vdb** → egli **si sposterà** quindi su una **cdi** più alta o più bassa;
- 2) **effetto di sostituzione**: il consumatore rinuncerà a qualche dose del bene divenuto relativamente più costoso a favore del bene divenuto più conveniente → egli si muoverà **lungo** una **cdi** verso un punto con un diverso **SMS**, pari al nuovo rapporto dei prezzi.

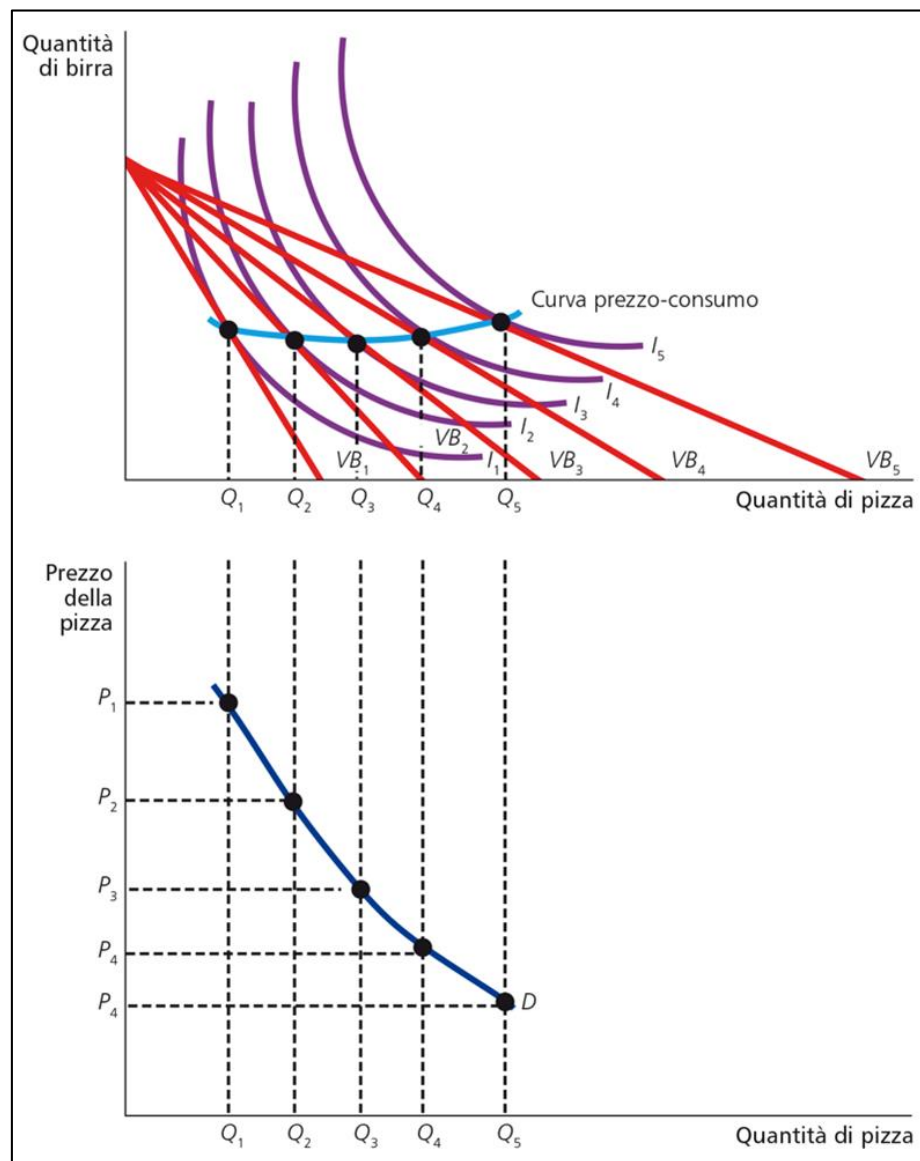


La derivazione della curva di domanda

La **curva prezzo-consumo** mostra come varia il paniere ottimo del consumatore al variare del **prezzo** di uno dei due beni.

A ognuno dei punti di equilibrio corrisponde una combinazione prezzo/quantità. La **curva di domanda** è costituita appunto dall'insieme di queste combinazioni.

Le curve di domanda hanno normalmente **pendenza negativa**, tranne il caso dei **beni di Giffen**.



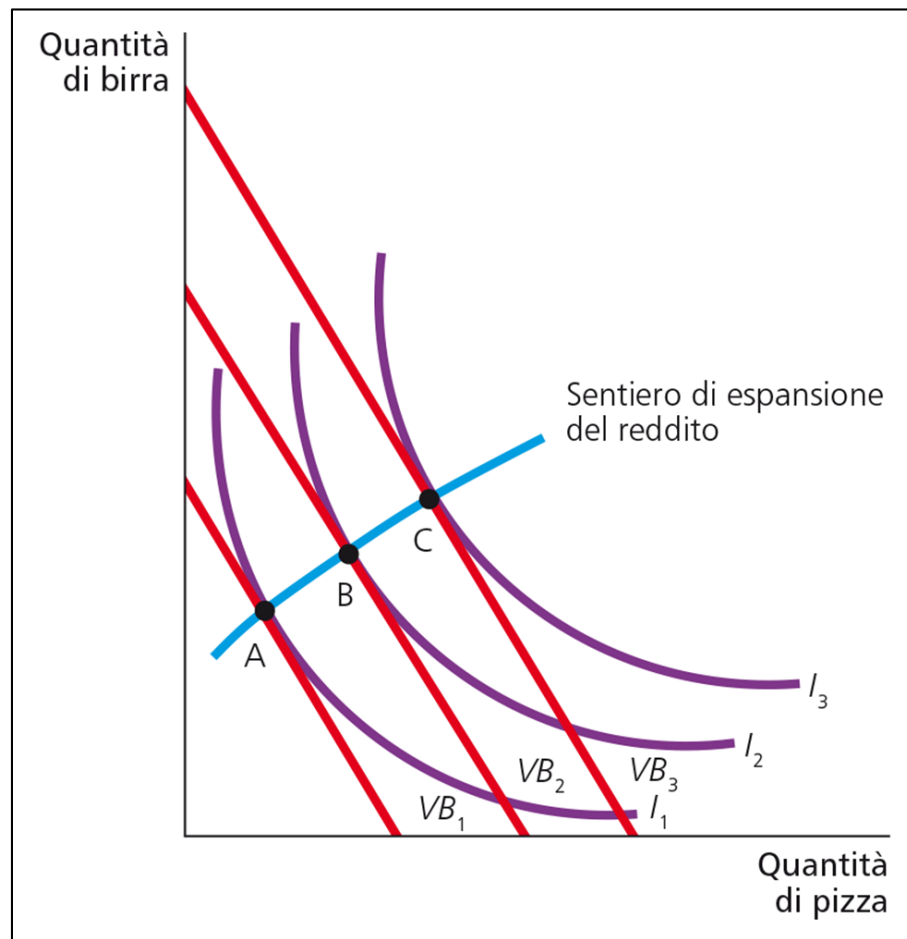
Il sentiero di espansione del reddito

Il **sentiero di espansione del reddito** (**ser**) mostra come variano le scelte del consumatore all'aumentare del **reddito** (e a parità di **prezzi**).

Casi possibili:

- 1) per i **beni normali** il **ser** mostra **pendenza positiva** (più elevata per i **beni di lusso**);
- 2) nel caso dei **beni inferiori** il **ser** mostra **pendenza negativa**.

Questo modello sta alla base della **legge di Engel**.



Limiti del modello economico standard

Il **modello economico standard** non spiega molti comportamenti comuni del consumatore

→ è necessario introdurre allora l'ipotesi correttiva della **razionalità limitata** (gli individui hanno nella realtà informazioni incomplete e inattendibili e capacità di decisione limitata). Da qui alcuni **errori** di valutazione tipici.

L'**economia comportamentale** cerca di integrare il modello economico standard tenendo conto di questi aspetti

Approcci comportamentali alle scelte del consumatore

L'**economia comportamentale** ha evidenziato che gli individui:

- a) ripongono eccessiva fiducia in sé stessi
- b) attribuiscono un peso eccessivo ad alcune osservazioni
- c) sono poco disposti a cambiare idea
- d) sopravvalutano gli esempi che confermano le proprie opinioni/pregiudizi;
- e) adottano **procedimenti euristici** (regole empiriche) di decisione:
 - **ancoraggio** a situazioni note
 - euristica della **disponibilità** delle informazioni,
 - euristica della **rappresentatività**
 - euristica della **persuasione** (importanza attribuita ad alcuni elementi della comunicazione)
 - euristica della **simulazione** (rappresentabilità degli effetti di una scelta)
 - rilevanza della **formulazione** delle scelte nel determinare l'**utilità attesa**.