



# Corso di Laurea in Scienze Economiche L-33

Economia Politica -12 CFU

**Prof. Massimiliano Ferrara**

[massimiliano.ferrara@unirc.it](mailto:massimiliano.ferrara@unirc.it)  
[massimiliano.ferrara@unibocconi.it](mailto: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**)

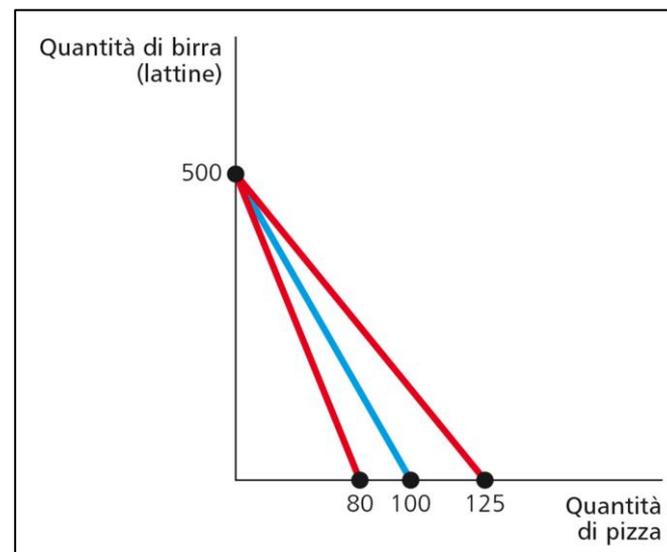
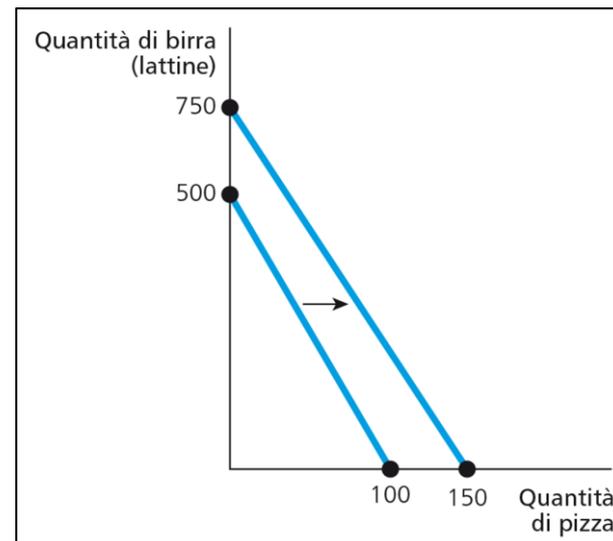
# Vincolo di bilancio

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

Graficamente = l'insieme delle combinazioni acquistabili (maggiore consumo di un bene comporta minore 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 una diminuzione). La **pendenza del vdb** corrisponde al rapporto tra i **prezzi relativi** dei due beni.

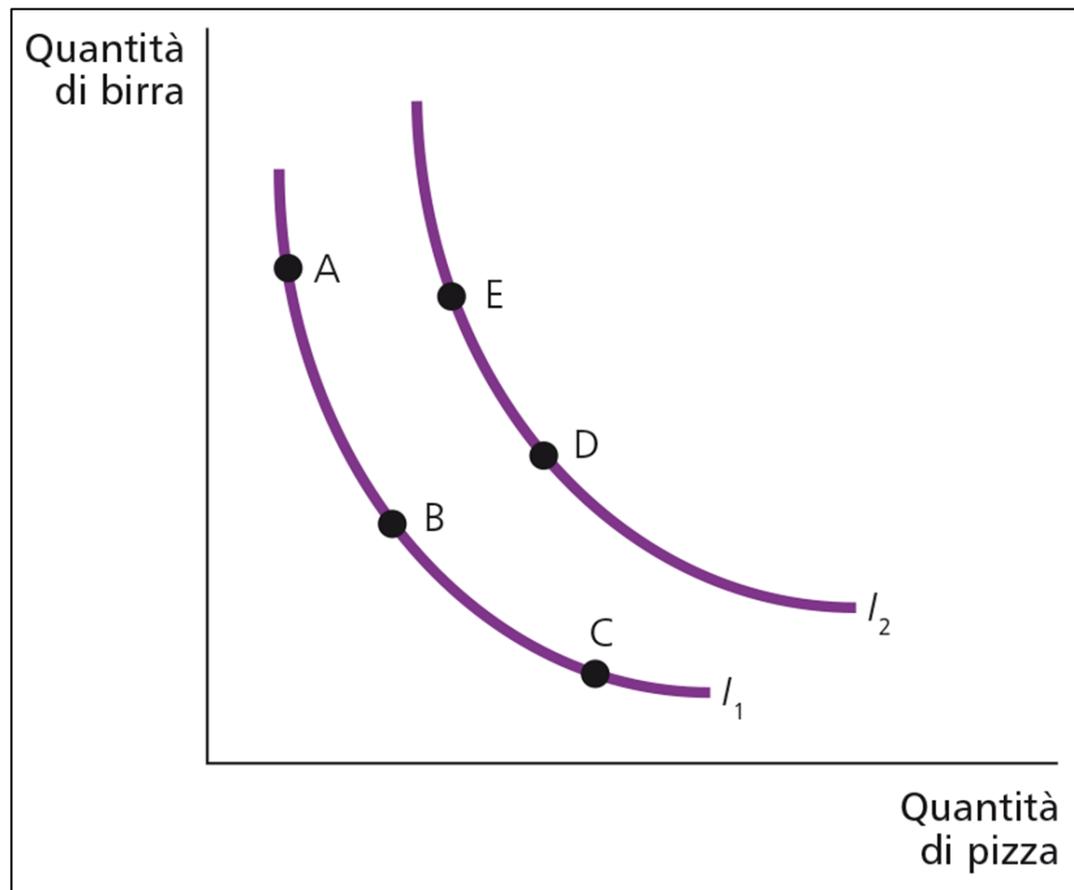


# Le curve di indifferenza

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 ( $U'$ ) decrescente**.

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

La  **$U'$**  è **decrescente**: 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.

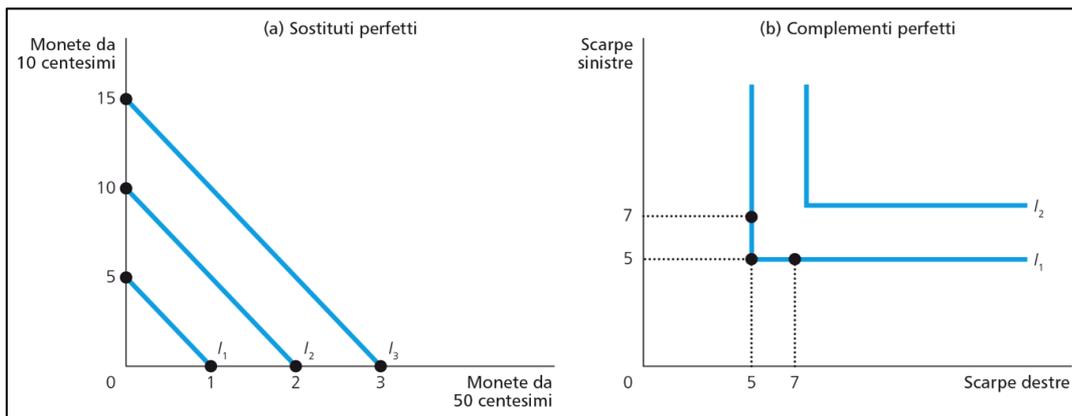
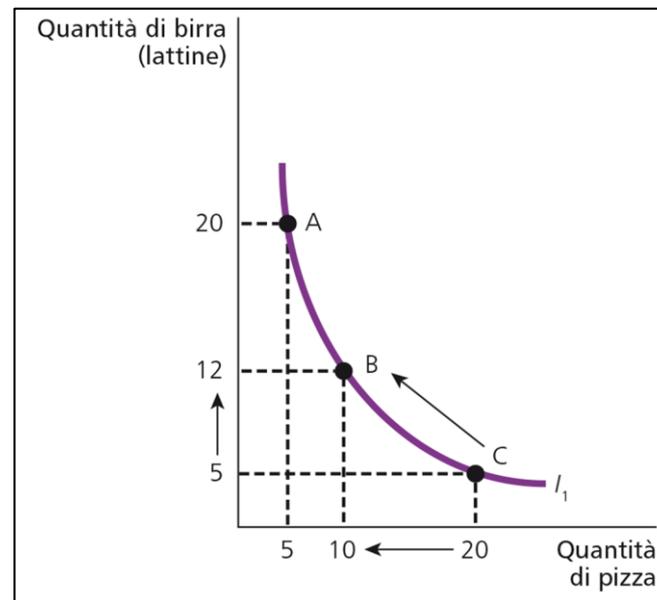
Il **SMS** è pari al rapporto tra le **utilità marginali** ( $U'$ ) dei due beni.

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

# 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.

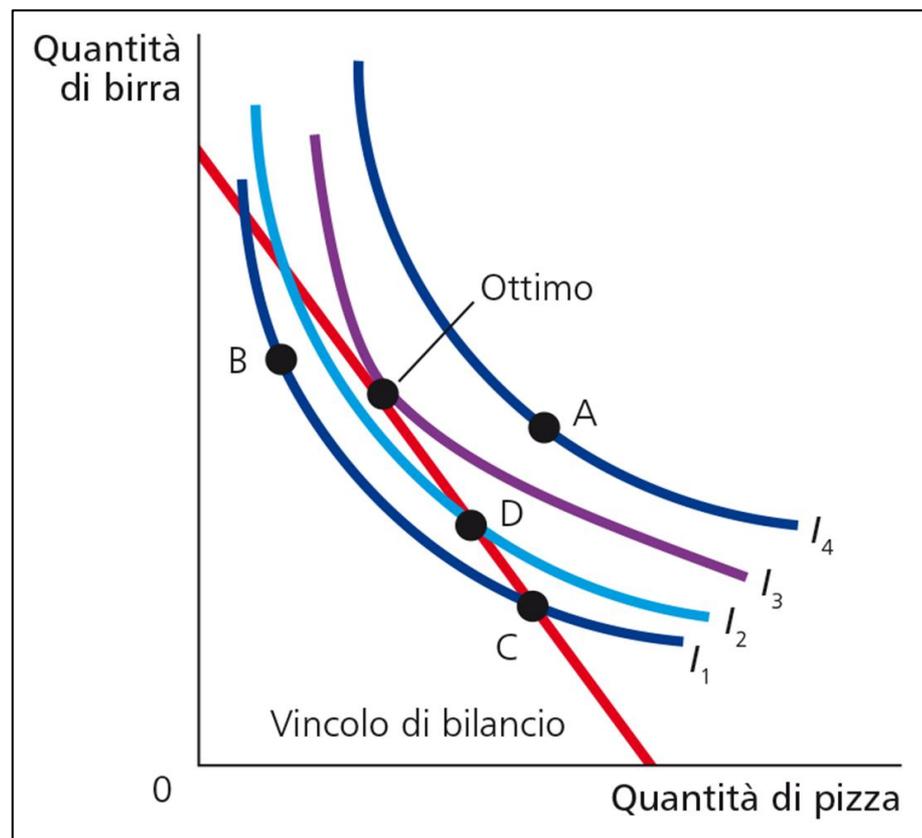
In questo punto abbiamo dunque  $SMS = p_x/p_y$

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

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

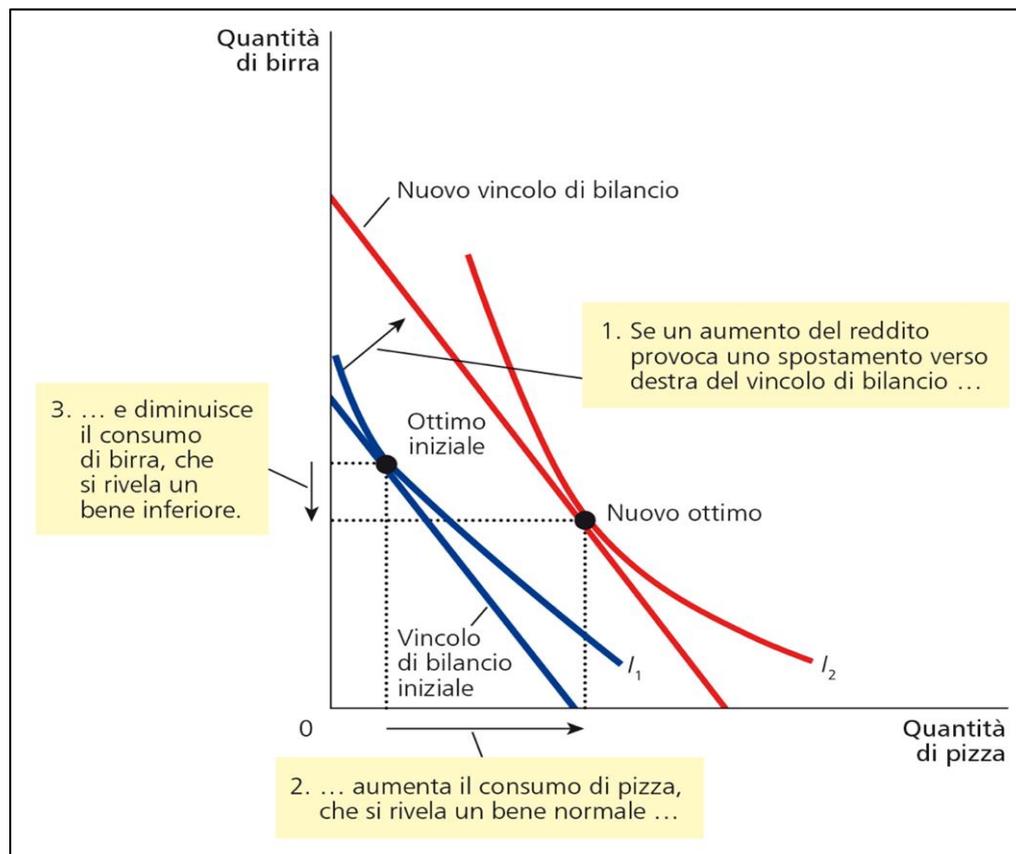
ovvero

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



# Effetti di variazioni dei prezzi e del reddito - 1

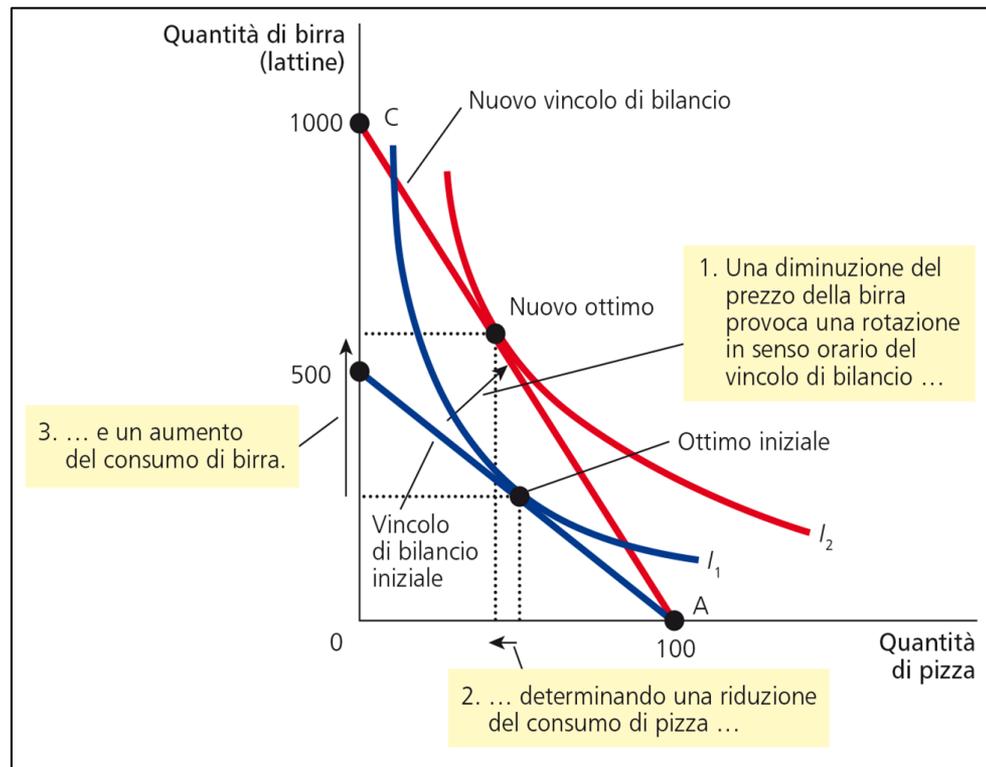
- Un **aumento del reddito** consente al consumatore di spostarsi su un **vdb** più alto e quindi anche su una **cdi** più elevata. Consumerà perciò di più dei due beni, ma non è detto nella stessa proporzione di prima.



# Effetti di variazioni dei prezzi e del reddito - 2

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

- 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;
- 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.

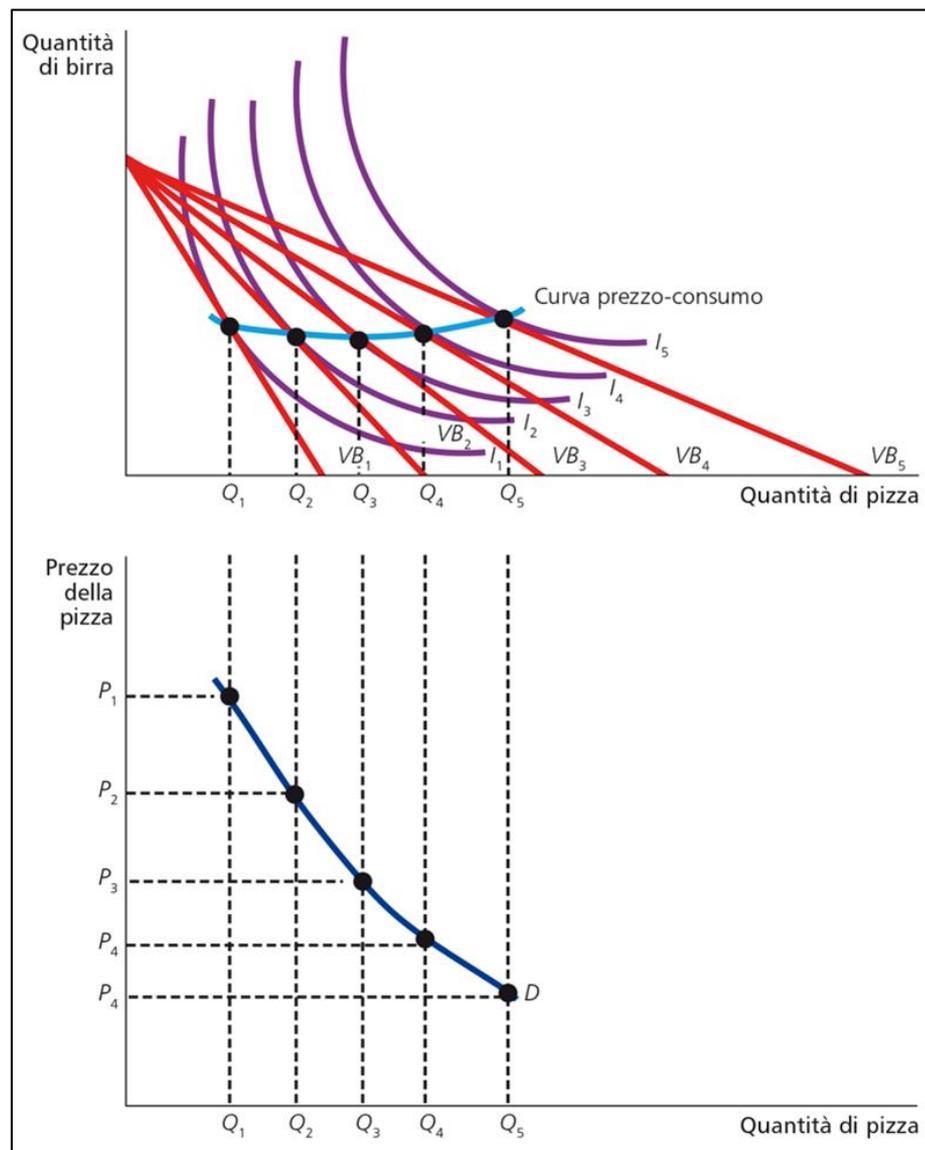


# La derivazione della curva di domanda

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**.



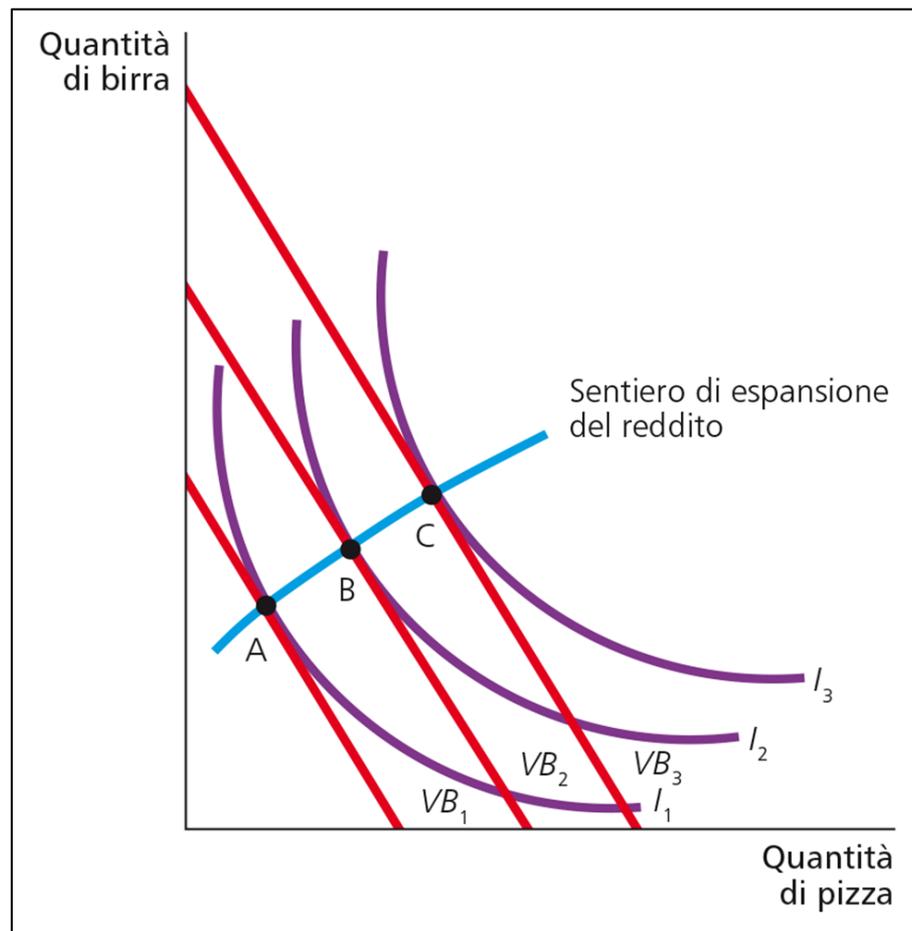
# Il sentiero di espansione del reddito

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**.