Capitolo 3

Il comportamento del consumatore

sito e file

Questo file (con nome cap_03.pdf)

può essere scaricato da

www.klips.it

Provvisoriamente anche da

web.econ.unito.it/terna/micro/

Il comportamento del consumatore

Tre fasi distinte di analisi nello studio del comportamento del consumatore

1. Le preferenze del consumatore
2. I vincoli di bilancio
3. Le scelte del consumatore (effetto di 1 e 2)

Le preferenze del consumatore

Paniere di mercato

- Un paniere è un insieme di beni
- Il consumatore è in grado di esprimere preferenze tra panieri diversi
- Tre ipotesi fondamentali
  - completezza (dell'ordinamento)
  - transitività (delle scelte)
  - più è meglio di meno

Le preferenze del consumatore

Paniere di mercato

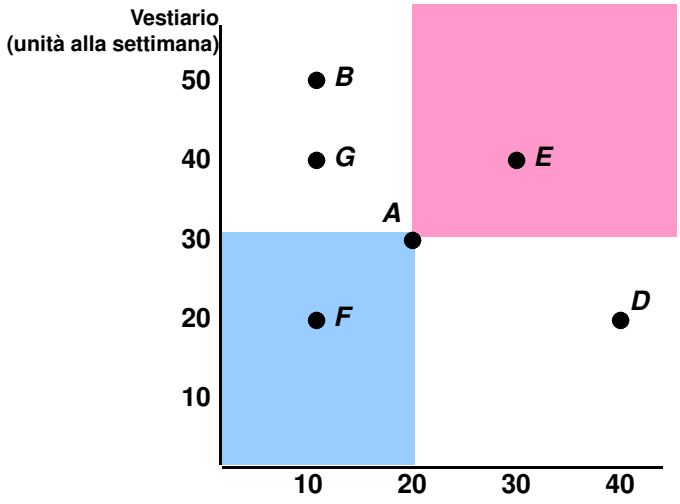
Panieri di mercato	Unità di cibo	Unità di vestiario
A	20	30
B	10	50
D	40	20
E	30	40
F	10	20
G	10	40

Le preferenze del consumatore

Le curve di indifferenza

- Le curve di indifferenza rappresentano tutte le combinazioni di panieri di mercato che procurano lo stesso livello di soddisfazione ad un consumatore

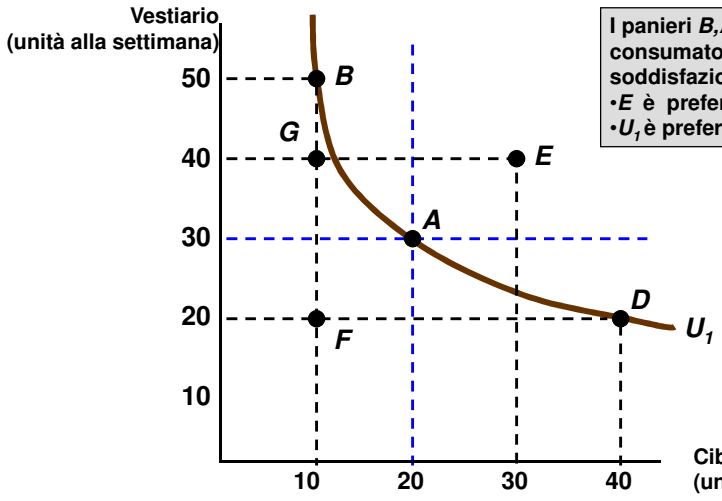
Le preferenze del consumatore



Il consumatore preferisce *A* a tutte le combinazioni (panieri) dell'area blu, mentre tutte quelle dell'area rosa sono preferite ad *A*.

Il confronto tra *A* e B, D o G non è possibile senza ulteriori informazioni.

Le preferenze del consumatore



I panieri *B,A, D* danno al consumatore la stessa soddisfazione
- *E* è preferito a U_1
- U_1 è preferito a *G, F*

Le preferenze del consumatore

Le curve di indifferenza

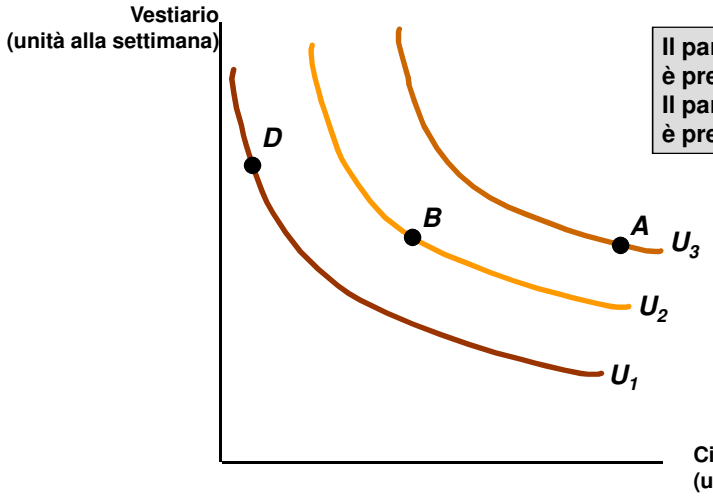
- Le curve di indifferenza sono inclinate negativamente
  - altrimenti violerebbero la terza delle ipotesi fondamentali, cioè più (di tutto) è meglio di meno
- Ogni paniere di mercato che sta sopra (e a destra) di una curva di indifferenza è preferito a quelli che le appartengono

Le preferenze del consumatore

Le mappe di indifferenza

- Una mappa di indifferenza è un insieme di curve di indifferenza che descrivono le preferenze di una persona per tutte le combinazioni di due beni
  - Ogni curva della mappa mostra le combinazioni di beni (i panieri) tra cui quella persona è indifferente

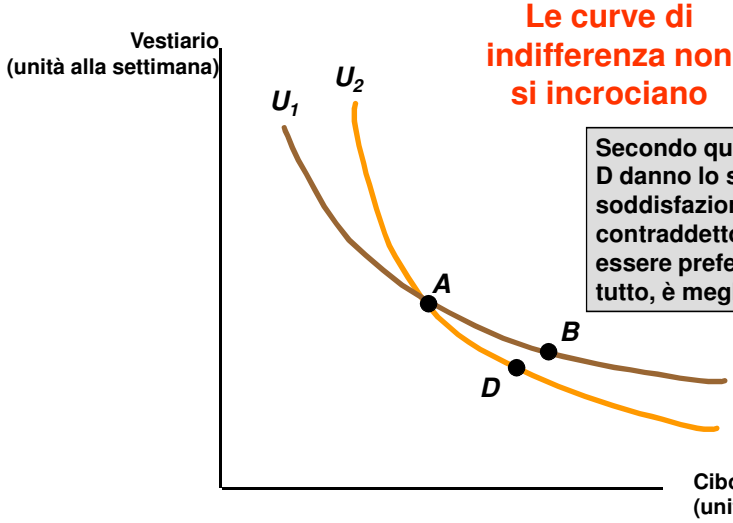
Le preferenze del consumatore



Il paniere di mercato *A* è preferito a *B*.
Il paniere di mercato *B* è preferito a *D*.

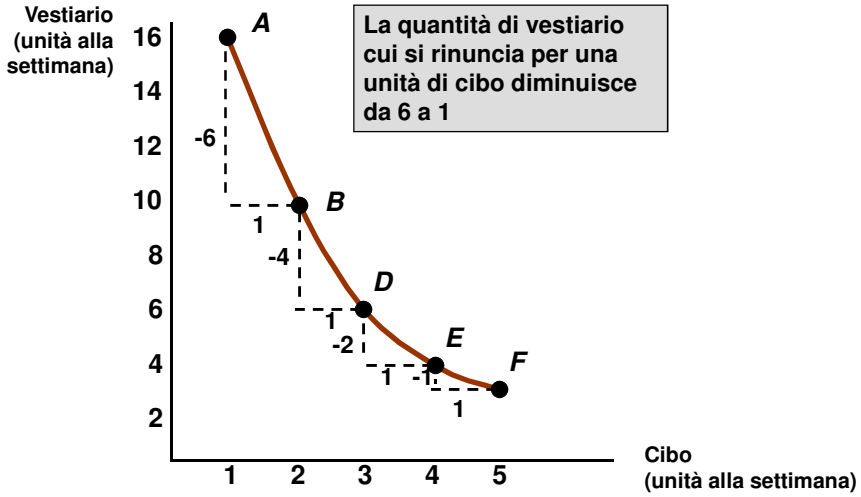
Le preferenze del consumatore

Le curve di indifferenza non si incrociano



Secondo queste curve, A, B, D danno lo stresso grado di soddisfazione, ma ciò è contraddetto dal fatto B deve essere preferito a D (più, di tutto, è meglio di meno)

Le preferenze del consumatore

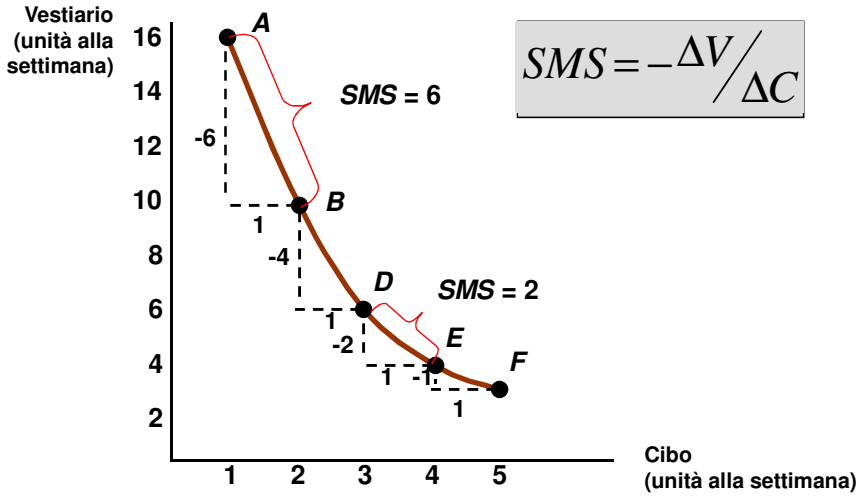


Le preferenze del consumatore

Il saggio marginale di sostituzione

- Il saggio marginale di sostituzione (SMS) misura la quantità del bene A cui si rinuncia per ottenere una unità di quantità in più del bene B
  - Corrisponde alla pendenza della curva di indifferenza
  - Lungo la curva di indifferenza il SMS diminuisce (quarta ipotesi fondamentale sul comportamento del consumatore)

Le preferenze del consumatore



$$SMS = -\Delta V / \Delta C$$

Le preferenze del consumatore

Il saggio marginale di sostituzione

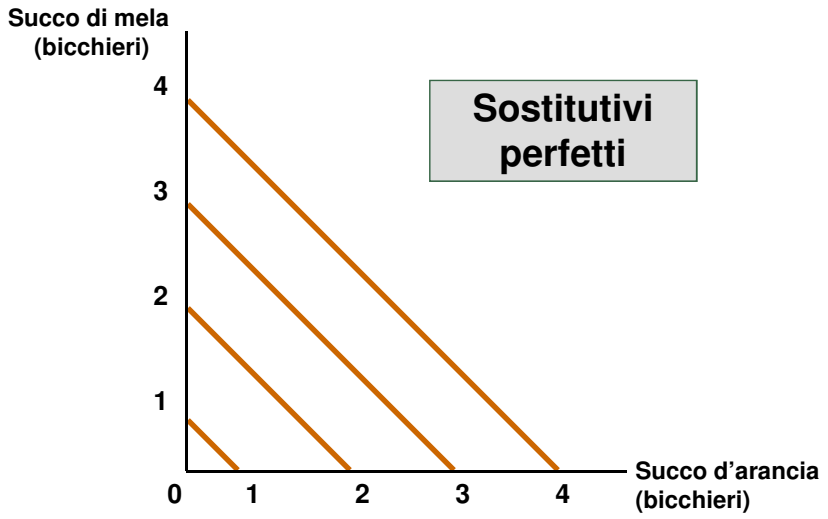
- Le curve di indifferenza sono convesse perché quanto più un bene è consumato, tanto minore è la quantità di un altro bene che si è disposti a scambiare per ottenere una unità in più del primo bene
- I consumatori preferiscono panieri di mercato bilanciati

Le preferenze del consumatore

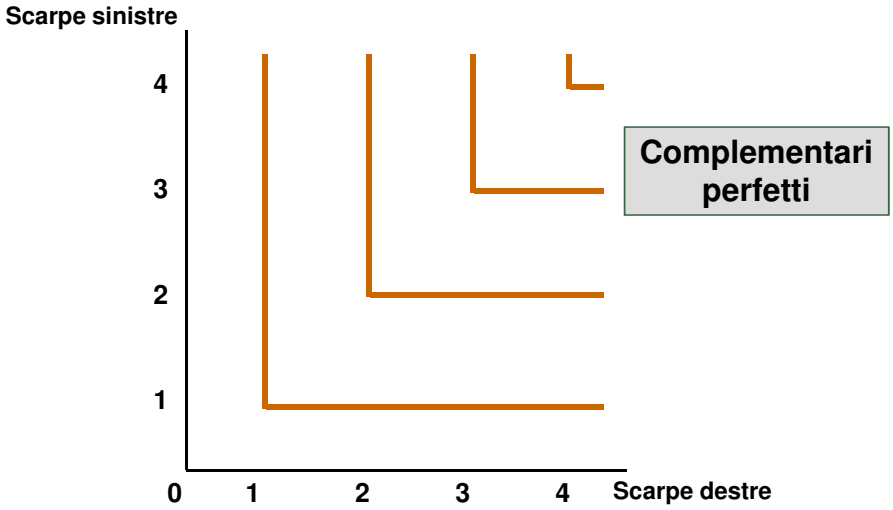
Il saggio marginale di sostituzione

- Beni sostitutivi perfetti e beni complementari perfetti
  - Due beni sono sostitutivi perfetti quando il valore del SMS di uno verso l'altro è costante
  - Due beni sono complementari perfetti quando le curve di indifferenza sono ad angolo retto

Le preferenze del consumatore



Le preferenze del consumatore



Le preferenze del consumatore

- I mali sono prodotti di cui è preferita una quantità minore rispetto ad una quantità maggiore (inquinamento, amianto in un edificio, …)
  - Per trattare un *male* in una curva di indifferenza si ridefinisce il bene come minor quantità del male (riduzione dell'inquinamento, eliminazione dell'amianto, …)

Le preferenze del consumatore

- Utilità
  - sino ad ora non è stato necessario associare un valore numerico alla soddisfazione data da ciascun paniere di mercato (la teoria del consumatore richiede soltanto che le persone siano in grado di ordinare i panieri)
  - per approfondire la comprensione del comportamento del consumatore è però conveniente introdurre il concetto di utilità come valore numerico (punteggio) della soddisfazione che un consumatore ottiene da un paniere di mercato

Le preferenze del consumatore

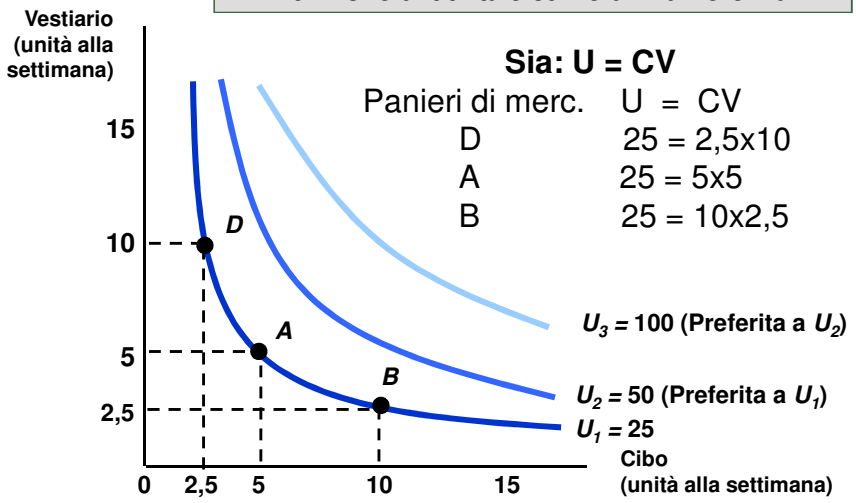
- Funzione di utilità
  - supponiamo che per cibo (C) e vestiario (V) valga u(C,V) = C + 2V

Panieri di mercato:	unità di C	unità di V	u(C,V) = C + 2V
A	8	3	8 + 2x3 = 14
B	6	4	6 + 2x4 = 14
C	4	4	4 + 2x4 = 12

Il consumatore è indifferente tra A e B, ma preferisce A e B a C

Le preferenze del consumatore

Funzione di utilità e curve di indifferenza



Sia: U = CV

Panieri di merc.	U = CV
D	25 = 2,5x10
A	25 = 5x5
B	25 = 10x2,5

U_3 = 100 (Preferita a U_2)

U_2 = 50 (Preferita a U_1)

U_1 = 25

curve_di_indifferenza.mcd
Non nel testo

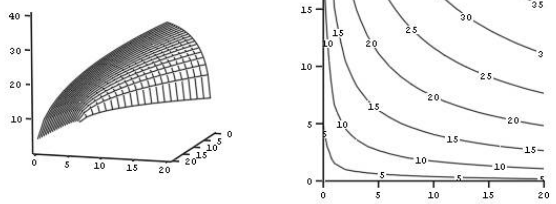
Raffigurazione di una funzione di utilità

ORIGIN := 1

$U(x_1, x_2) := (x_1 + 1)^{0.3} \cdot (x_2 + 1)^{0.5}$

x1 := 1, 2 .. 21 x2 := 1, 2 .. 21

$M_{x1, x2} := U[(x1 - 1) \cdot 5, (x2 - 1) \cdot 5]$



i := 1 .. 10 j := 1 .. 10 $M_o_{i,j} := M_{i,j}$

Le preferenze del consumatore

- Utilità ordinale
- Utilità cardinale

I vincoli di bilancio

- La conoscenza delle preferenze non è sufficiente per spiegare le scelte del consumatore
- Il vincolo di bilancio limita le scelte possibili, a seconda dei prezzi dei beni
- La retta di bilancio indica tutte le combinazioni di quantità dei beni che determinano la stessa spesa complessiva (che facciamo coincidere con il reddito del consumatore)

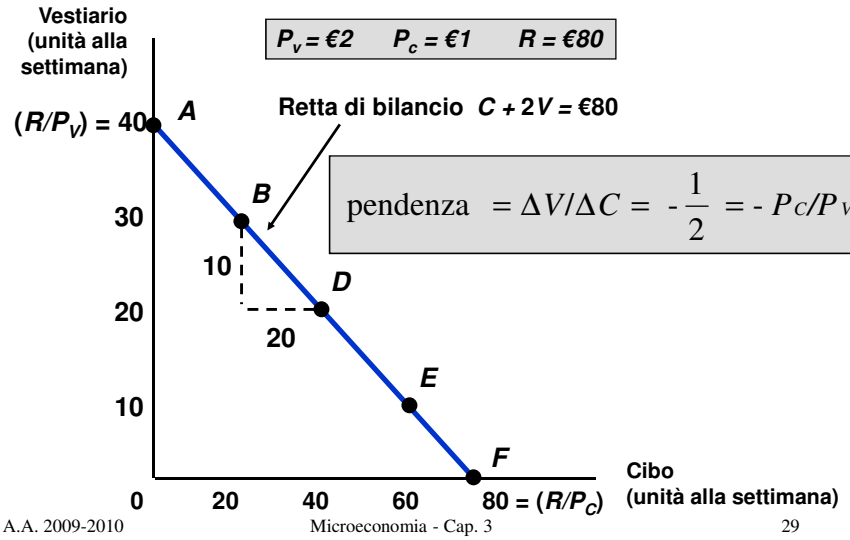
I vincoli di bilancio

- La retta di bilancio
  - sia C la quantità di cibo acquistato e V la quantità di vestiario
  - siano P_C e P_V i rispettivi prezzi
  - allora $P_C C$ è la spesa per il cibo e $P_V V$ quella per il vestiario
  - con retta di bilancio $P_C C + P_V V = R$

I vincoli di bilancio

Panieri merc.	Cibo (C) P_c = €1	Vestiario (V) P_v = €2	Spesa totale $P_cC + P_vV = R$
A	0	40	€80
B	20	30	€80
D	40	20	€80
E	60	10	€80
F	80	0	€80

I vincoli di bilancio

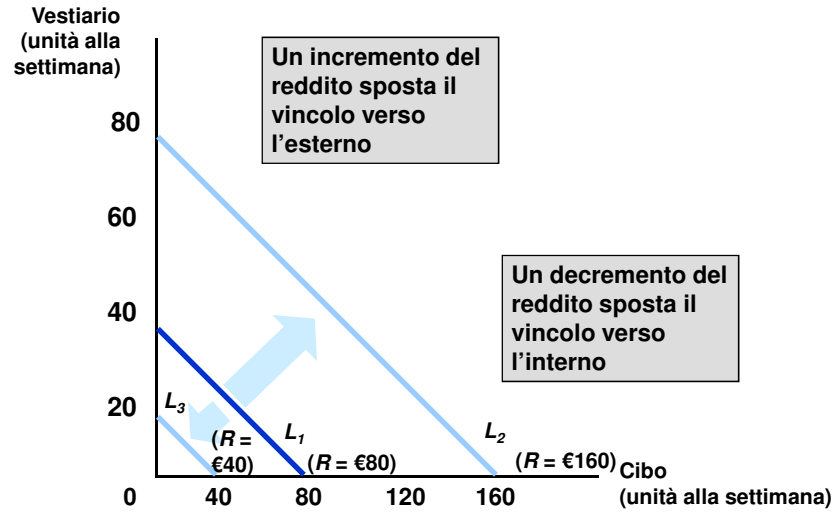


$$\text{pendenza} = \Delta V/\Delta C = -\frac{1}{2} = -P_C/P_V$$

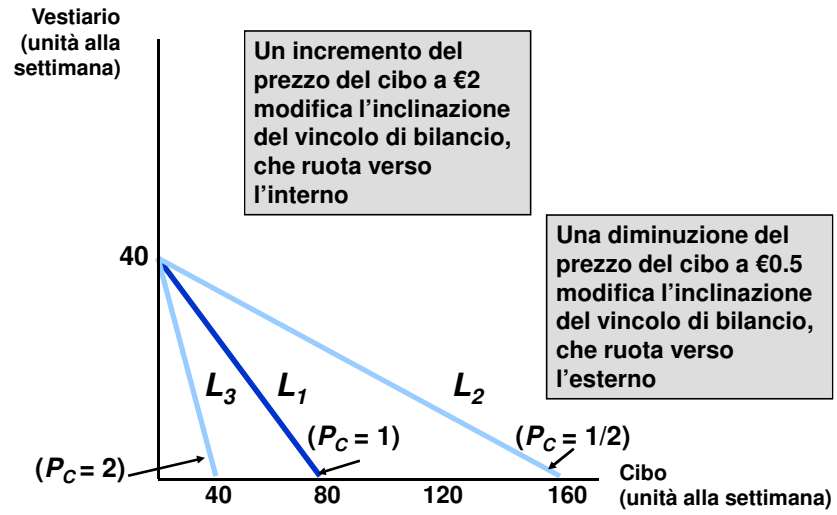
I vincoli di bilancio

- la pendenza della retta di bilancio è data dal rapporto tra i prezzi, con segno negativo
- il suo valore assoluto indica il saggio al quale i due beni possono essere sostituiti senza modificare la spesa totale
- l'intercetta verticale indica la massima quantità di un bene acquistabile con quel reddito
- l'intercetta orizzontale dà la stessa indicazione per l'altro bene

I vincoli di bilancio



I vincoli di bilancio



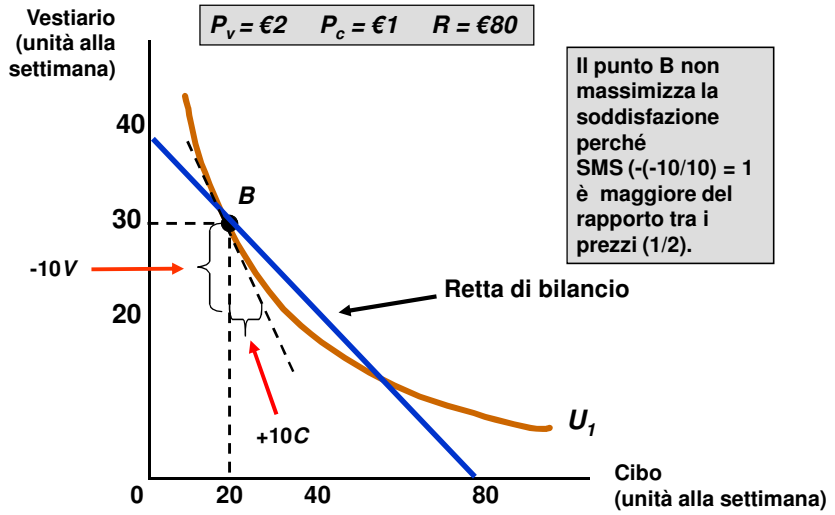
Le scelte del consumatore

- il consumatore sceglie una combinazione di beni che massimizzi la sua soddisfazione, dati i limiti del bilancio disponibile
- il paniere di bilancio scelto deve:
  - trovarsi sulla retta di bilancio
  - assicurare al consumatore la combinazione di beni maggiormente preferita

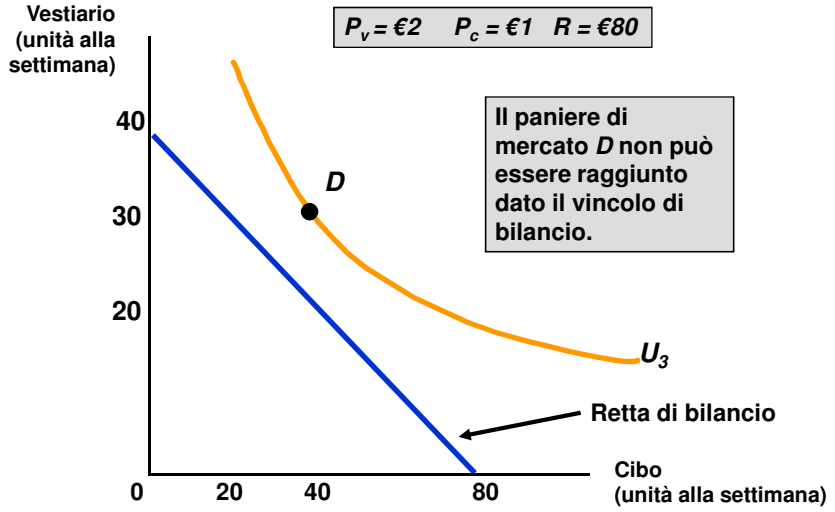
Le scelte del consumatore

- Ricordiamo
  - pendenza della curva di indifferenza $SMS = -\frac{\Delta V}{\Delta C}$
  - pendenza della retta di bilancio $pendenza = -\frac{P_C}{P_V}$
- massimo beneficio del consumatore quando $SMS = Pc / Pv$

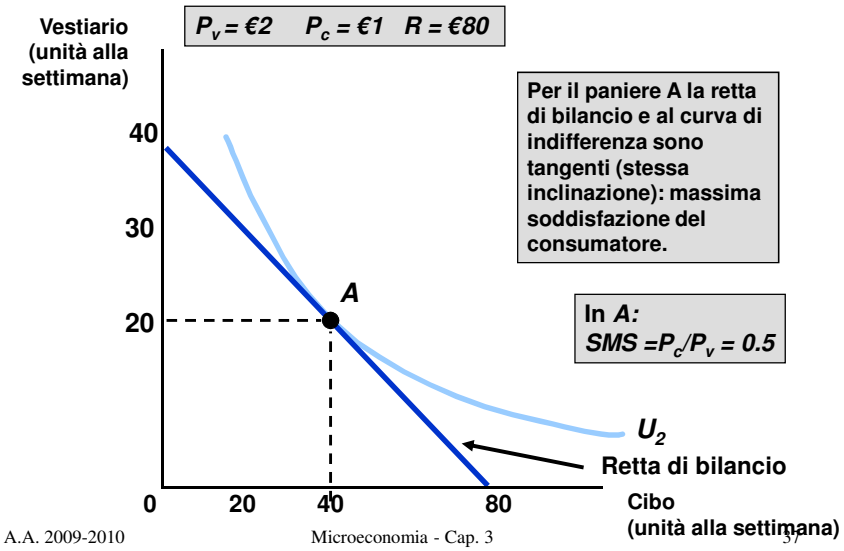
Le scelte del consumatore



Le scelte del consumatore



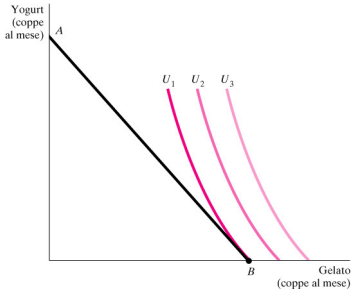
Le scelte del consumatore



Le scelte del consumatore

Soluzioni d'angolo

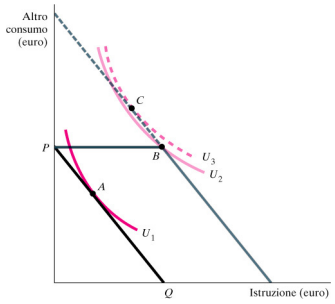
- Una soluzione d'angolo si presenta quando un consumatore acquista esclusivamente un bene, con $SMS_{a,b} \geq P_b/P_a$



Le scelte del consumatore

Un fondo fiduciario per l'istruzione universitaria

- Si tratta di un caso in cui il consumatore (studente) riceve un addendo al reddito, vincolato come destinazione di spesa (la scelta libera sarebbe **C**, quella vincolato **B**; U_2, rispetto a U_3, indica …)



Utilità marginale e scelte del consumatore

Utilità marginale

- l'utilità marginale misura l'incremento di soddisfazione del consumatore in presenza di una unità addizionale di un bene
- l'utilità marginale (***U'***), sempre positiva, ha andamento decrescente con la quantità posseduta di un bene
- muovendosi su una curva di indifferenza l'utilità marginale derivante dal maggior consumo di un bene (C) deve compensare la perdita di utilità derivante dal minor consumo dell'altro (V)

Utilità marginale e scelte del consumatore

- Formalmente

$$0 = U'_C \, \Delta C \; + \; U'_V \, \Delta V$$

- che dà

$$-\left(\Delta V / \Delta C\right) = U'_C / U'_V$$

Utilità marginale e scelte del consumatore

- con $-\left(\Delta V / \Delta C\right) = U'_C / U'_V$
- sapendo $-\left(\Delta V / \Delta C\right) = SMS$ di C per V
- si ha $SMS = U'_C / U'_V$

Utilità marginale e scelte del consumatore

- nel punto in cui il consumatore massimizza la soddisfazione

$$SMS = P_C/P_V$$

- sapendo

$$SMS = U'_C / U'_V$$

- si ha

$$U'_C/U'_V = P_C/P_V$$

Utilità marginale e scelte del consumatore

- che dà come risultato l'eguaglianza delle utilità marginali per euro di spesa nel punto in cui il consumatore massimizza la soddisfazione

$$U'_C / P_C = U'_V / P_V$$

- quello sopra è il ***principio di uguaglianza delle utilità marginali ponderate***.