

L'agire economico in rete

Dodici

Dalla razionalità olimpica alla razionalità limitata.
I modelli dell'Economia comportamentale

L'Economia Comportamentale

I modelli dell'economia classica costituiscono il punto di partenza per gli studi della EC.

La EC cerca però di studiare meglio i meccanismi in base ai quali si comportano le persone nel mondo reale. E quindi cosa accade quando ci sono interazioni tra attori economici o influenze esterne.

I fondamenti metodologici sono: la teoria dei giochi, la teoria delle decisioni e la **teoria evolutiva**.

La ricerca si basa essenzialmente sull'**approccio sperimentale**. E sull'apporto della ricerca di altre discipline: psicologia, sociologia, logica, neuroscienze.

L'economia comportamentale

Gli studi di economia comportamentale hanno ricevuto molta attenzione (e premi Nobel) negli ultimi anni.

- Herbert A. **Simon** (1978) decision making nelle organizzazioni
- John Forbes **Nash** (1994) analisi della teoria dei giochi
- Daniel **Kahneman** (2002) decision-making in condizioni di incertezza
- Richard **Thaler** (2017) per il contributo all'economia comportamentale

Sono alla base di nuove politiche pubbliche (*evidence based policy*) in cui svolge un ruolo importante la verifica del successo o meno delle azioni intraprese.

Homo economicus: un modello ipersemplificato (o un mito alla base della razionalità economica)

Homo economicus	Essere umano in natura
Massimizza l'utilità, sceglie sempre l'alternativa migliore	Non ha le risorse cognitive per essere così razionale, non è abbastanza intelligente
È informato sui mutamento del contesto e modifica il proprio comportamento di conseguenza	Non è abbastanza informato e non ha una memoria perfetta
È individualista e non si fa condizionare da emozioni e dal comportamento degli altri	È suggestionabile dal contesto e dal comportamento degli altri, è emotivo

La razionalità limitata

Pensiamo di essere razionali, ma operiamo forti semplificazioni

Herbert Simon dimostra che il nostro comportamento è lontano da quanto previsto (prescritto) dalla teoria economica neoclassica. Studiando il processo attraverso il quale prendiamo decisioni osserva che:

“The human being striving for rationality and restricted within the limits of his knowledge has developed some working procedures that partially overcome these difficulties. These procedures consist in assuming that he can isolate from the rest of the world a closed system containing a limited number of variables and a limited range of consequences”

(1947. Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization)

La razionalità limitata (2)

Secondo Herbert Simon gli attori hanno incertezza sul futuro e sostengono costi per acquisire informazioni sul presente.

Questo limita la loro capacità di prendere una decisione razionale.

Pertanto essi agiscono in base a una razionalità limitata e prendono decisioni “satisficing” (*satisfy* + *suffice*) scegliendo ciò che potrebbe non essere ottimale ma sufficientemente soddisfacente.

Con la **razionalità limitata** si indica quindi il processo di scelta razionale che tiene conto delle limitazioni poste alla conoscenza e alla capacità cognitiva.

Questi studi sono di grande importanza nella modellizzazione e nello sviluppo di intelligenza artificiale.

La razionalità limitata (3)

Nella realtà non è solo la razionalità che è limitata, ma anche:

- L'**attenzione** è limitata, come anche la **memoria**.
- Abbiamo una limitata **forza di volontà**: cadiamo facilmente in tentazione.
- Una limitata capacità di essere egoisti, di seguire esclusivamente l'**interesse personale**.
- Sono limitati anche i **mercati**:
dovrebbe essere impossibile che lo stesso bene abbia due diversi prezzi. (**discriminazione di prezzo**)



L'ancoraggio

Pensiamo di essere razionali, ma commettiamo errori: sistematicamente

Nel fare stime ci facciamo influenzare dal contesto.
([qui un esempio legato al lancio dell'iPad](#))

Due psicologi cognitivisti americani, Chabris e Simons, hanno pubblicato un libro (**The Invisible Gorilla**) sugli inganni della mente in termini di percezione, memoria e ragionamento. I [video dei loro esperimenti](#) sono strani e interessanti.

La determinazione psicologica del prezzo

In molti casi una cosa che costa 3,99 ci sembra più conveniente di una che costa 4,00. Ma in un negozio di lusso questo non è più vero e un prezzo di 3,99 ci sembra implicare una bassa qualità.

L'ancoraggio (2)

- Se si osservano le statistiche sulla **donazione degli organi** si osserva che paesi molto simili hanno comportamenti molto diversi (**opt in-opt out**)
- Si è disposti a pagare per una **assicurazione** sulla vita molto di più se nel contratto si cita la morte per terrorismo
- Se troviamo **due semafori verdi** di seguito ci sentiamo fortunati, o il contrario. Abbiamo bisogno di dare senso a ciò che ci accade e quindi costruiamo pseudo-teorie, ovviamente senza fondamento.

Due modalità di pensiero (Kahneman)

Pensiamo di essere razionali ... ma

Prendiamo decisioni con due differenti modalità:

1. una modalità **istintiva, intuitiva e veloce**, parte del nostro cervello primordiale:
“questo bambino ha paura”.



2. una modalità **riflessiva, deduttiva e lenta** ($7 \times 6 = 42$; $\sqrt{64} = 8$; $\sqrt[3]{27} = 3$; $420 + 35 = 455$)

$$65 \times 7 = ?$$

Pensiero veloce

- Inconsapevole
- Intuitivo
- Sintetico
- Istantaneo
- Poco faticoso



La maggior parte delle nostre decisioni è presa così

Pensiero lento

- Consapevole
- Analitico
- Deduttivo
- Faticoso



La maggior parte delle politiche presuppone che invece si decida così

Pensiero veloce (System 1) e Pensiero lento (System 2)

- Non sono due funzioni distinte e non corrispondono a diverse aree del cervello.
- Sono due modi di pensare che si integrano ma sono diversi.
- Sono tutti e due ugualmente fallaci, ma system 1 è quello che ci inganna di più, anche se ci permette di prendere decisioni in tempi ragionevoli.

Kahneman è stato invitato da Google per una conferenza ai suoi dirigenti. [E noi la possiamo vedere](#) (video 1h).

La teoria dei giochi: gli esperimenti

Il **gioco del dittatore**: ad una persona vengono dati 100 € e gli si dà la possibilità di dividerli con un'altra persona. Se il dittatore fosse razionale terrebbe tutto per sé.

Nella realtà non accade.

Il **gioco dell'ultimatum**: è uguale a quello del dittatore, ma se la persona con cui il dittatore deve dividere la somma iniziale non accetta la ripartizione nessuno dei due riceve alcunché. Se i due attori fossero razionali il secondo individuo dovrebbe accettare qualsiasi somma superiore a zero.

Ma anche in questo caso non va così.

La teoria dei giochi: gli esperimenti

Gli esperimenti condotti su larghi numeri e in contesti sociali diversi hanno dimostrato che nel gioco del dittatore viene comunque lasciato ad altri circa il 20% della somma. Ma è rilevante il fatto che i partecipanti sappiano di essere osservati. Mentre nel gioco dell'ultimatum la ripartizione è tra un minimo del 20% e un massimo del 50%, a seconda delle culture. In questo caso chi rifiuta subisce comunque un danno, ma ritiene utile punire la scarsa generosità dell'altro partner. Si tratta di un comportamento che può essere spiegato sotto diversi paradigmi teorici, per esempio riguardo alla nostra tolleranza rispetto alla disuguaglianza, o alla nostra inclinazione a vendicarci.

L'avversione al rischio, un esperimento

Siamo posti davanti a due buste, una contiene 100 l'altra nulla. Ci viene proposto di non scegliere e ricevere una somma inferiore.

Gli individui possono accettare 50 e sono **neutrali**, ricevono esattamente quanto statisticamente riceverebbero, ma possono anche accontentarsi di 40 se sono **contrari** al rischio, o al contrario essere **propensi** al rischio e chiedere di vedere la busta anche nel caso gli venga offerto 60.

Molti accettano e accettano anche di ricevere meno. Questo significa che non amiamo perdere, che in genere siamo contrari al rischio anche se questa caratteristica varia molto tra individui.

Per la maggior parte degli individui la motivazione a evitare una perdita è superiore alla motivazione a realizzare un guadagno.

Il denaro non è tutto

Siamo abituati a considerare il denaro come **la** motivazione per renderci disponibili al lavoro.

L'economia comportamentale ha dimostrato che invece il denaro è solo **una** delle motivazioni.

Noi consideriamo anche:

- il **senso** di quello che facciamo,
- gli aspetti **creativi**,
- il senso di **sfida**,
- l'**attaccamento** a ciò che abbiamo fatto
- l'**identità**, il riconoscimento del contributo,
- l'**orgoglio** per quello che abbiamo fatto.

L'architettura delle decisioni



The nudge (la spinta gentile) (R. Thaler, premio Nobel 2017)

Con questo termine Thaler indica un assetto che finisce per favorire delle scelte senza impedire alternative. Un ambito può essere quello delle politiche pubbliche.

Per esempio chi dispone il cibo negli scaffali di una mensa può suggerire di mangiare più frutta e verdura mettendole in posizione più evidente e mettere in basso le patatine fritte, senza per questo vietarle.

Thaler inquadra i nudge in una cornice teorica che chiama di **paternalismo libertario**.

L'architettura delle decisioni

The nudge (2)

- La teoria dei nudge è stata applicata anche al management di impresa e nella cultura aziendale per esempio nel campo della salute, della sicurezza e dell'ambiente, dove è usato per raggiungere obiettivi di “zero incidenti”.
- Nel campo della gestione delle risorse umane la teoria dei nudge è usata per aumentare la produttività e il benessere dei lavoratori. Le grandi multinazionali del digitale sono state le prime a impiegare questa forma di incentivi per aumentare la collaborazione, per stimolare la creatività e l'emulazione.

L'architettura delle decisioni, 10 elementi per la progettazione

- **1 Scegliere per default.** Il vantaggio di non scegliere. Cosa accade se non si fa nulla? Spesso fare scelte è faticoso, quindi ci adattiamo volentieri, per esempio ci fa piacere trovare un motore di ricerca già installato nel browser o continuiamo a vedere la stessa rete anche dopo la fine del programma preferito (traino televisivo).
- **2 Semplificare.** La complessità è un problema perché crea confusione (e potenzialmente violazione delle regole); perché può aumentare le spese e quindi ridurre la crescita economica; perché può scoraggiare la partecipazione a programmi importanti. In generale i programmi pubblici dovrebbero essere facilmente comprensibili e intuitivi. Si sottostimano gli effetti della semplificazione in campi come l'educazione, la salute, la finanza la povertà, l'occupazione.

10 elementi per la progettazione (segue)

- **3 Usare le norme sociali.** Sollecitare l'emulazione ricordando che la maggior parte delle persone rispetta le norme o ritiene che si debbano rispettare. Ad es. paga le tasse, va a votare, riusa gli asciugamani. Questo *nudge* è tanto più efficace quanto più il riferimento è preciso e localizzato.
- **4 Facilità di uso e convenienza.** Mettere in evidenza le scelte migliori o evidenziarne la convenienza. Le persone amano fare scelte facili. Se lo scopo è incoraggiare un certo comportamento, conviene ridurre le barriere, compreso il tempo che si impiega per capire cosa fare. Spesso la resistenza al cambiamento non è il risultato di un disaccordo o di scetticismo ma di una difficoltà percepita o di un'ambiguità. Se una scelta è facile da compiere e comprensibile le persone saranno incoraggiate a farla.

10 elementi per la progettazione (segue)

- **5 Trasparenza e divulgazione.** Es: i costi economici e ambientali associati al consumo energetico oppure il costo reale di certe carte di credito. Per i consumatori le politiche di trasparenza possono essere molto efficaci soprattutto se l'informazione è sia comprensibile sia accessibile. La semplicità è molto importante, informazioni più dettagliate possono essere fornite a chi le richiede. La trasparenza può funzionare come un controllo sulla negligenza sull'incompetenza e sulla corruzione. ([Open Gov Partnership](#))
- **6 Avvisi, uso della grafica.** Es: le campagne antifumo.
- Se ci sono rischi seri il miglior nudge potrebbe essere far scattare l'allarme. Caratteri grandi, colori brillanti possono essere capaci nell'attirare l'attenzione delle persone. Un punto centrale è che l'attenzione è una risorsa scarsa.

10 elementi per la progettazione (segue)

- **7 Strategie di previsione nell'impegno.** A volte le persone hanno degli obiettivi per esempio smettere di bere di fumare oppure risparmiare di più. Ma non riescono a raggiungere questi obiettivi. Se le persone si impegnano programmando specifiche azioni in precisi momenti del futuro questo migliora le motivazioni e riduce la procrastinazione.
- **8 Promemoria.** Es: ricordare con e-mail o SMS scadenze di pagamenti, impegni o appuntamenti. Quando le persone non si impegnano a fare qualcosa la ragione può essere una combinazione di inerzia, di procrastinazione, di impegni coincidenti o semplicemente di dimenticanza. Un promemoria può avere un grande impatto e soprattutto può fare in modo che l'azione avvenga in tempi brevi.

10 elementi per la progettazione (segue)

- **9 Sollecitare le intenzioni di partecipazione.** Es: “pensi di votare?” Le persone si possono impegnare a fare qualcosa se qualcuno sollecita le loro intenzioni. Chiedere se si pensa di vaccinare il proprio figlio può avere conseguenze significative. Allo stesso modo può essere efficace ricordare alle persone la propria identità: “hai sempre votato, pensi di votare anche questa volta?”
- **10 informare le persone sulla natura e le conseguenze delle loro scelte passate.** Le istituzioni pubbliche e private spesso hanno una grande quantità di informazioni sulle passate scelte delle persone per esempio le loro spese in salute o le loro bollette elettricità il problema è che le persone spesso manca di queste informazioni. Se le potessero avere il loro comportamento potrebbe cambiare spesso facendo funzionare meglio i mercati e risparmiando denaro .

Lecture per approfondire

- Cass R. Sunstein, [Nudging: a very short guide](#), Journal of Consumer Policy, 2014 – Springer
- R. Thaler and C. Sunstein. (2008). *Nudge*. Penguin Books. (ed. it Feltrinelli)
- Daniel Kahneman, *Pensieri lenti e veloci*, Mondadori 2012
- Herbert A. Simon, *La ragione nelle vicende umane*, il Mulino 1984