

CAPITOLUL 4

COSTUL ȘI ALEGERILE: CONCEPTUL DE OFERTĂ

Suport curs: Heyne, P., Boettke, P., Prychitko, D., *Modul de gândire economică*, traducere în lb. română, Ed. Bizzkit, 2011.



Recapitulare despre costurile de oportunitate

- ❑ Știința economică este o teorie a alegerii;
- ❑ Orice alegere implică un sacrificiu, un cost de oportunitate;
- ❑ Costul obținerii unui bun este valoarea atribuită altui bun, care trebuie sacrificat pentru a-l obține pe primul;

Exemple

- ❑ *De ce oamenii mai săraci călătoresc, de regulă, între orașele mari, cu autocarul, iar oamenii mai bogați călătoresc cu avionul?*
- ❑ *De ce este mult mai greu de găsit o bună adolescentă într-o zonă rezidențială bogată decât într-o zonă săracă?*
- ❑ *De ce într-o perioadă de recesiune mai mulți absolvenți de facultate urmează cursuri postuniversitare?*
- ❑ *De ce mulți tineri din regiunile cu venituri reduse preferă să efectueze stagiul militar?*

Costurile depind de acțiuni, nu de obiecte

- ❑ Un *obiect* nu poate avea cost. Doar acțiunile (sau deciziile) au costuri;
- ❑ Nu există *costuri obiective* ci doar valori acordate oportunităților pierdute;
- ❑ Acțiunile au costuri diferite pentru persoane diferite;
- Exemplu: Cumpărarea unei mașini reprezintă o acțiune, prin urmare aceasta presupune un cost. Fabricarea mașinii reprezintă o acțiune distinctă, ce implică un alt cost. Închirierea sa, e în egală măsură o acțiune ce are atribuit un cost distinct. Totalitatea acestor costuri sunt subiective prin prisma valorilor pe care noi, indivizii, le atribuim oportunităților sacrificate.

- ❑ Nu există *costuri obiective* ci doar valori acordate oportunităților pierdute;

- ❑ Acțiunile au costuri diferite pentru persoane diferite;

- ❑ Exemplu:

- ❑ De exemplu, atunci când avem de ales între achiziția unei mașini și o renovarea completă a locuinței, acțiunea de a cumpăra automobilul poate implica un cost semnificativ pentru niște oameni care au făcut economii o perioadă îndelungată pentru a-și permite acest lucru, respectiv un cost infim pentru un om ce deține afaceri profitabile în plan internațional. Acțiunile pot avea costuri diferite de la o persoană la alta, de unde și natura subiectivă a costurilor.

Irelevanța “costurilor irecuperabile”

- ❑ Valoarea se determină în mod *marginal*;
- ❑ Cost irecuperabil vs cost marginal;
- ❑ Eroarea cea mai frecventă în calculul costurilor este confuzia dintre costurile suportate anterior și cele marginale;
- ❑ Costul irecuperabil face parte din istorie, poate reprezenta un motiv de regret, dar nu mai este relevant pentru economia deciziilor actuale;
- ❑ Exemplu: atunci când comandăm o pizza într-un local nou, fără să știm la ce să ne așteptăm, iar la sosirea comenzii realizăm că nu ne place ceea ce am comandat, deși am plătit deja comanda, costul comenzii este un cost irecuperabil.

Costurile producătorilor drept costuri de oportunitate

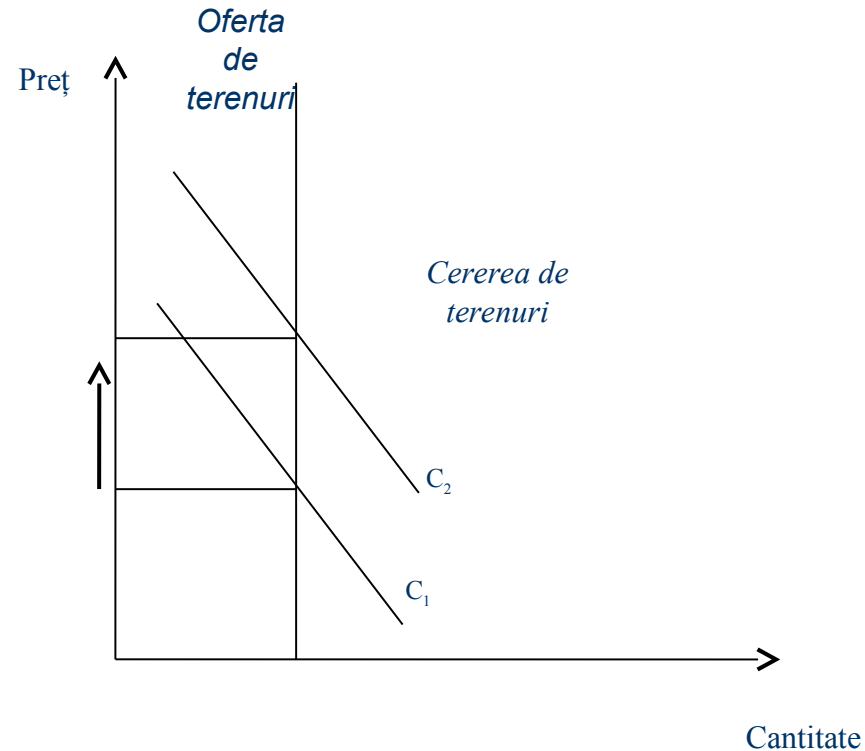
- ❑ Determinarea costurilor de producție (valoarea factorilor de producție în formă monetară);
- ❑ Costurile de producție – costuri de oportunitate (de ce producătorii au ales acei factori de producție și de ce în acea combinație?);
- ❑ Rolul tehnologiei și al prețului factorului de producție muncă în dimensionarea costurilor de producție;
- ❑ Resursele au întrebuințări alternative;
- ❑ Costul de oportunitate al producerii unui bun reprezintă valoarea oportunităților abandonate;

Costurile producătorilor drept costuri de oportunitate

- ❑ Modul în care evoluția cererii influențează nivelul costurilor; exemplu;
- ❑ Terenul este resursa care probabil, ilustrează cel mai bine conceptul de cost de oportunitate;
- ❑ Reprezentare grafică a modului în care modificarea cererii de terenuri influențează nivelul prețului de vânzare;
- ❑ Costul plătit pentru un teren este determinat de oportunitățile alternative;

Reprezentare grafică a modului în care modificarea cererii de terenuri influențează nivelul prețului de vânzare

- Existența mai multor întrebuințări alternative asociate terenului va determina o creștere a cererii pentru acel spațiu, astfel încât și prețul terenului va crește.
- Cu alte cuvinte costul cumpărării terenului va fi mai mare din cauza cererii crescânde.
- Un cost de oportunitate mai mare înseamnă un cost marginal mai mare.
- Costul plătit pentru un teren este determinat de oportunitățile alternative;



Costurile marginale de oportunitate

- ❑ Costul de oportunitate și cel marginal reprezintă același lucru, dar din perspectivă diferită;
- ❑ Costul de oportunitate atrage atenția asupra valorii oportunităților abandonate ca urmare a unei acțiuni;
- ❑ Costul marginal atrage atenția modificării situației existente, în urma acțiunii respective;
- ❑ Numele complet al oricărui cost relevant pentru procesul decizional este **cost marginal de oportunitate**

Costurile și oferta - utilizarea noțiunii de cost marginal de oportunitate pentru explicarea deciziilor de a oferi bunuri și servicii pe piață

- ❑ Curba cererii arată costurile sau sacrificiile pe care populația este dispusă să le suporte pentru a obține anumite bunuri;
- ❑ Curba ofertei ilustrează costurile marginale care trebuie acoperite pentru a determina anumiți producători să ofere bunuri pe piață;
- ❑ Frontiera posibilităților de producție: exemplu numeric și reprezentare grafică;

Costurile și oferta - utilizarea noțiunii de cost marginal de oportunitate pentru explicarea deciziilor de a oferi bunuri și servicii pe piață

Producția de boabe de soia pe recoltă	Producția de porumb pe recoltă
14,5	0
13.5	1
12.4	2
11.2	3
9.9	4
8.5	5
7	6
5.4	7
3.7	8
1.9	9
0	10

Producția de porumb (unități)	Costul marginal de oportunitate
1	1,00
2	1,10
3	1,20
4	1,30
5	1,40
6	1,50
7	1,60
8	1,70
9	1,80
10	2,00

- ❑ Să presupunem că prețul boabelor de soia este de 1\$ și este constant.
- ❑ Cum își va dimensiona fermierul producția de porumb? Cât va produce dacă prețul porumbului este tot de 0,5\$ sau 1\$? Dar 1,2\$?
- ❑ Concluzii: 1) *producătorii analizează costurile marginale de producție pentru a decide ce și cât să producă; 2) prețurile relative îi informează pe producători în legătură cu costurile și beneficiile marginale ale planurilor lor de alternative de producție;*

Curba ofertei

- ❑ Curba ofertei este curba costului marginal de oportunitate aferent comercializării unui produs, în diferite cantități;
- ❑ Curba ofertei: reprezentare grafică;
- ❑ Oricare element care schimbă costul marginal al producției va tinde să schimbe (sau să deplaseze) și curba ofertei globale;
- ❑ **Factorii determinanți ai ofertei:**
 1. *Creșterea/scăderea prețului unui factor de producție;*
 2. *Modificările tehnologice;*
 3. *Evoluția prețului relativ al unui produs alternativ (substituibil);*
 4. *Perspectivile pieței;*
 5. *Modificarea numărului total de ofertanți;*

Factorii determinanți ai ofertei

- **Modificarea costurilor de producție.** Între cantitatea oferită și nivelul costului de producție există o relație inversă. Dacă va scădea costul de producție va crește oferta, iar dacă va crește costul de producție, oferta se va reduce.
- **Modificarea prețului unui factor de producție.** Dacă prețul factorilor de producție va scădea, producătorii vor putea produce mai mult, oferta va crește și invers.
- **Modificările tehnologice.** Accesul producătorilor la noi tehnologii va conduce la o creștere a productivității factorilor de producție și, implicit, la diminuarea costului de producție.

Factorii determinanți ai ofertei

- **Modificarea prețului relativ al unui produs alternativ.** Dacă prețul de piață a cizmelor de cauciuc va crește în raport cu prețul insulețelor, producătorii de încălțăminte vor atrage factorii de producție în fabricarea cizmelor de cauciuc, sporind oferta pentru acest produs, mai scump (pentru că vor preconiza câștiguri mai mari).
- **Modificarea prețului așteptat pentru producție.** Dacă producătorii se așteaptă la o scădere a prețului de piață a producției lor, vor căuta să producă mai mult în prezent, pentru a contracara eventualele pierderi. Dacă producătorii mizează pe un preț viitor mai mare, atunci ei vor reduce oferta curentă pentru a vinde, mai mult, în momentul în care prețul este mai mare.
- **Modificarea numărului total de ofertanți.** O creștere a numărului de ofertanți de pe piață va conduce, evident la o creștere a ofertei globale. O reducere a numărului de ofertanți va conduce, de asemenea, la reducerea ofertei globale.
- **Evenimentele social-politice.** Cazuri extreme, de război sau dezastru naturale, pot avea un impact major pentru producția și oferta de bunuri și servicii; în condiții nefavorabile, oferta se va diminua. În condiții favorabile, oferta va crește.

Costurile marginale și medii

- ❑ Determinarea costurilor medii de producție;
- ❑ Relația dintre costurile marginale și medii și impactul acestora asupra procesului decizional;
- ❑ Exemplu numeric:

Unități de porumb produse	Costul total al producerii porumbului	Costul marginal	Costul mediu
0	0	0	0
1	1.00	1.00	1.00
2	2.10	1.10	1.05
3	3.30	1.20	1.10

Elasticitatea ofertei în funcție de preț

- Elasticitatea ofertei indică gradul de sensibilitate al acesteia la modificarea prețului;

$$\text{Elasticitatea ofertei în funcție de preț} = \frac{\text{modificarea \% a cantității}}{\text{modificarea \% a prețului}}$$

- În funcție de gradul de elasticitate, oferta poate fi:
 1. *Relativ elastică;*
 2. *Inelastică;*
 3. *Complet (perfect) elastică;*

Costul ca justificare

- ❑ Costurile, pe lângă componenta economică au o puternică dimensiune etică și politică;
- ❑ Opinia publică consideră că vânzătorii au dreptul să-și acopere costurile, dar nu să stabilească prețuri mult mai mari decât acestea;
- ❑ Acest mod de gândire, în care costul funcționează ca justificare, se regăsește în legislația actuală;
- ❑ Conceptul de dumping;

Scurtă recapitulare

- ❑ Curbele cererii și ofertei reflectă estimările populației privind valoarea oportunităților alternative;
- ❑ Toate costurile relevante pentru actul decizional sunt costuri de oportunitate – valoarea oportunităților abandonate ca urmare a alegerii unei căi de acțiune, nu a alteia;
- ❑ Orice element care schimbă costul marginal de producție tinde să deplaseze curba ofertei;
- ❑ Elasticitatea măsoară gradul de sensibilitate al ofertei la modificarea prețului;