

2. PIAȚA. CEREREA. OFERTA. CONCURENȚA. PREȚUL.

- 2.1. Categoria economică de piață. Tipuri și forme de piață;
- 2.2. Cererea. Legea cererii. Elasticitatea cererii;
- 2.3. Oferta. Legea ofertei. Elasticitatea ofertei;
- 2.4. Interacțiunea dintre cerere și ofertă. Echilibrul pieței;
- 2.5. Concurența: concept, modalități și direcții de desfășurare;
- 2.6. Tipuri de concurență;
- 2.7. Conceptul de preț;
- 2.8. Funcțiile prețurilor;
- 2.9. Formarea prețurilor;
- 2.10. Statul democrat și prețurile. Politici de prețuri.

2.1. Categoria economică de piață. Tipuri și forme de piață

Funcțiile pieței

Piața, ca fenomen economic, are o existență tot atât de îndelungată ca și schimburile marfare. Ea nu este nici capitalistă, nici socialistă, rolul său decurgând din funcțiile economice pe care le îndeplinește:

1. intermediază relațiile dintre agenții economici în acțiunile lor de schimb, de vânzare-cumpărare;
2. verifică concordanța dintre volumul, structura și calitatea ofertei, cu volumul, structura și calitatea cererii;
3. oferă informații obiective, ieftine și ușor transmisibile cu privire la preț și dinamica raportului cerere-ofertă, tuturor agenților economici participanți la piață.

Deci, **piața** poate fi definită ca fiind locul de întâlnire, mai mult sau mai puțin abstract, dintre oferta vânzătorilor și cererea cumpărătorilor, prima fiind forma de manifestare a producției în condițiile economiei de piață, a doua exprimând nevoile umane solvabile, însoțite de capacitatea oamenilor de a cumpăra mărfurile oferite și care se dovedesc a fi convenabile pentru ei.

Orice piață se caracterizează prin următoarele elemente:

- * natura obiectelor schimbului, care pot fi bunuri omogene și bunuri eterogene;
- * numărul subiecților participanți la piață;
- * dimensiunea, puterea economică a participanților pe piață;
- * comportamentul subiecților, care poate fi caracterizat prin libertate, mobilitate și fluiditate în toate inițiativele și reacțiile lor;
- * gradul de cunoaștere a mediului economic de către subiecții pieței.

Conceptul de piață

Tipuri și forme de piață.

Elemente caracteristice

I. *După natura economică a bunurilor* ce fac obiectul tranzacțiilor comerciale se delimitează: piața satisfactorilor și piața prodfactorilor.

II. *După forma obiectelor schimbate* distingem piața bunurilor omogene și eterogene.

III. *După starea obiectelor supuse vânzării-cumpărării*, în funcție de existența sau inexistența acestora în momentul tranzacției: piața reală și piața fictivă (bursa).

IV. *După cadrul desfășurării relațiilor de schimb*, se pot distinge: piețe locale, regionale, naționale, internaționale, piața mondială.

V. *După timpul în care se transferă obiectul tranzacționat la cumpărător*: piețe la termen și piețe la vedere.

VI. *După numărul și importanța relativă a participanților*: piața cu concurență

Tipuri de piață

perfectă sau pură și piața cu concurență imperfectă.

VII. *În funcție de raportul dintre cererea și oferta unui bun sau a unei categorii de bunuri* distingem piața vânzătorului sau piața cumpărătorului.

În ansamblul piețelor se manifestă, mai întâi, piața bunurilor de consum personal (satisfactori), începând cu bunurile corporale de folosință zilnică (pâinea, carnea, apa etc.), continuând cu cele de folosință îndelungată (frigidere, automobile), până la bunurile corporale, la servicii de orice fel necesare oamenilor pentru a fi consumate individual. În al doilea rând se delimitează prin importanță, piața prodfactorilor sub o diversitate de forme: piața capitalului, de titluri de proprietate pe termen lung; piața monetară, ca sistem de relații prin care resursele bănești temporar disponibile sunt oferite acelor agenți economici care au nevoi suplimentare de astfel de resurse; piața resurselor naturale (pe care se tranzacționează petrolul și gazele naturale, de pildă) și piața muncii, pe care se formează cererea și oferta de resurse de muncă. Prezintă numeroase particularități piața informației, a cercetării științifice, piața serviciilor manageriale, de marketing, a serviciilor tehnice, științifice, juridice etc., prestate pe baze comerciale.

Pentru a evidenția caracterul extrem de complex al relațiilor de schimb, este important de precizat că piața în ansamblul ei se prezintă în două ipostaze strâns legate între ele: piața reală și piața fictivă. Dacă piața reală exprimă cererea și oferta de bunuri de consum și factori de producție, piața fictivă presupune confruntarea dintre cererea și oferta titlurilor de proprietate asupra acestor bunuri, vânzare-cumpărare de semne bănești ale bunurilor corporale.

2.2. Cererea. Legea cererii. Elasticitatea cererii.

Cererea este o categorie economică ce exprimă, în anumite condiții social-istorice, nevoia socială manifestată în legătură cu o diversitate de bunuri și servicii. Cererea reflectă doar o parte a nevoii sociale, respectiv, acea parte pentru care consumatorii au acoperirea bănească corespunzătoare.

Cererea

Cererea reprezintă cantitatea totală dintr-un anumit bun, care poate fi cumpărată pe piață, într-o perioadă determinată de timp, la un preț unitar dat.

Mărimea cererii pentru un anumit bun ca și dinamica acesteia sunt determinate în principal de nivelul și dinamica prețului bunului respectiv, care constituie cauza extinderii sau contracției cererii.

Deci, între evoluția prețului unitar al unui bun și cererea de piață pentru bunul respectiv există o relație de cauzalitate, exprimată prin legea generală a cererii: creșterea prețului unitar al unui bun determină reducerea cantității cerute din bunul respectiv într-o anumită perioadă, după cum reducerea prețului unitar al bunului, determină creșterea cantității cerute din bunul respectiv.

Curba cererii

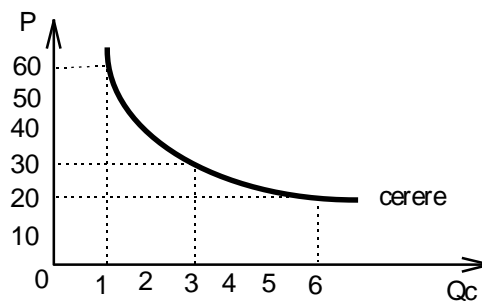


Fig. 1. Curba cererii în funcție de preț

Curba cererii totale pentru un bun, relevă diversele cantități din bunul respectiv cerute de toți consumatorii, corespunzătoare unor niveluri diferite de preț.

În cadrul analizei cererii funcție de preț, există unele situații în care creșterea prețului antrenează creșterea cererii dintr-un bun, contrazicând astfel legea generală a cererii. Astfel, există posibilitatea ca unii cumpărători să cumpere mai mult de la unele firme chiar dacă practică prețuri mai ridicate pe motivul unei economii de timp. Fiind mai la îndemâna cumpărătorului, acesta preferă să plătească un preț mai mare, compensând diferența de preț prin alocarea timpului economisit altor activități. În această situație, legea cererii se verifică deoarece în prețul plătit este inclus și costul oportunit al timpului economisit. Deasemenea, în situația în care prețul și calitatea bunului sunt în relație directă, creșterea prețului poate fi însoțită de o sporire a cantității cerute, deoarece diferența de preț va fi compensată de diferența de calitate câștigată.

Totodată creșterea prețului poate fi însoțită de o creștere a cantității cerute și în situația creșterii veniturilor, a numărului de cumpărători, a preferințelor etc. Nici în astfel de situații legea generală a cererii nu este contrazisă, ea exprimând relațiile de cauzalitate dintre preț și cantitatea cerută, făcând abstracție de ceilalți

Condițiile cererii

factori care influențează cererea.

Factorii de influență asupra cererii (condițiile cererii). Considerând că diferitele niveluri de prețuri nu se modifică într-o perioadă determinată de timp, cererea pentru un anumit bun poate să crească sau să se reducă, în funcție de evoluția unor factori, care mai poartă denumirea de condițiile cererii. Principalii factori (condiții ale cererii) care determină creșterea sau reducerea cererii pe piața unui bun la un nivel dat al prețului sunt :

1) *Modificarea prețurilor altor bunuri.*

În raport cu un anumit bun X, bunurile pot fi: substituibile, complementare și neînrudite.

Bunurile substituibile sunt cele care în consum satisfac aceeași nevoie ca bunul în discuție. Când prețul unui bun B, substituibil bunului A crește, cererea pentru bunul A crește (exemplu: când crește prețul la carnea de porc, crește cererea pentru carnea de pasăre).

Bunurile complementare sunt bunurile care în consum sunt folosite împreună (ex. automobil-benzină). Când prețul unui bun complementar față de altul crește, scade cererea pentru celălalt bun.

Bunurile neînrudite. Modificarea prețului la un bun neînrudit cu altul, nu influențează în nici un fel cererea bunului respectiv.

2) *Modificarea veniturilor bănești ale consumatorilor.*

Modificarea veniturilor individuale ale consumatorilor influențează cererea de bunuri în funcție de natura bunurilor respective. Din acest punct de vedere se diferențiază bunurile normale de bunurile inferioare.

Bunurile normale sunt cele pe care indivizii le atrag mai mult în consum pe măsura creșterii veniturilor lor. Deci cererea pentru un bun normal crește când veniturile consumatorilor cresc și invers, existând o relație directă.

Bunurile inferioare sunt cele atrase mai intens în consumul indivizilor atunci când nivelul veniturilor acestora este redus sau în scădere. În cazul acestor bunuri, între veniturile consumatorilor și cerere există o relație negativă, deoarece creșterea veniturilor va fi însoțită de o reducere a cererii din aceste bunuri și invers.

3) *Preferințele cumpărătorilor.* Dacă preferințele cumpărătorilor pentru un anumit bun se accentuează, cererea pentru acel bun crește și invers.

4) *Numărul de cumpărători.* Între numărul de cumpărători și cererea pentru un anumit bun există o relație pozitivă, directă.

5) *Previziunile privind evoluția prețului și a veniturilor.* În situația în care se prevede o creștere a prețului unui anumit bun, cererea prezentă pentru bunul respectiv crește și invers. În cazul în care se prevede o creștere a veniturilor bănești cererea prezentă pentru un anumit bun crește și invers.

Dacă se cunoaște proporția, fracțiunea sau procentul influenței fiecărui factor

Elasticitatea cererii în funcție de preț

asupra cererii, prin însumarea algebrică a acestora va rezulta modificarea totală a cererii la un nivel dat al prețului.

Elasticitatea cererii. Elasticitatea cererii exprimă intensitatea modificării cererii unui bun la modificarea prețului sau a altui factor de influență.

Cum cererea este dependentă în primul rând de preț, elasticitatea ei se analizează în principal față de preț.

Elasticitatea cererii este pusă în evidență de următorul grafic, în care cererea unui bun este reprezentată de două curbe diferite C1 și C2 (Fig. 2)

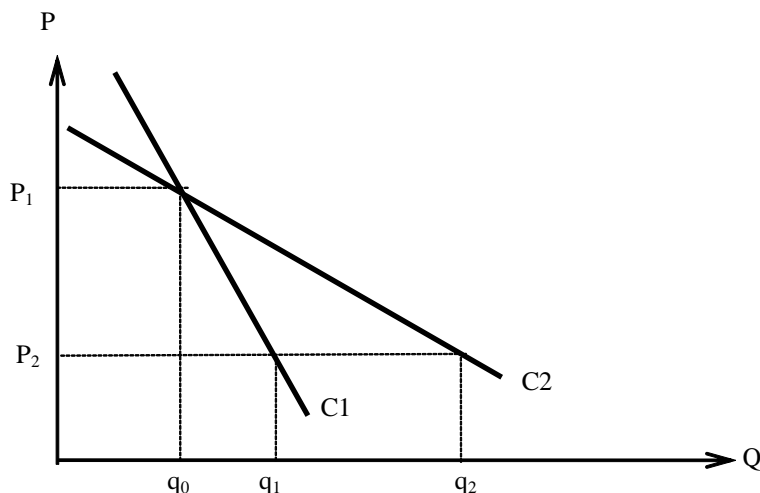


Fig. 2. Elasticitatea cererii în funcție de preț

La prețul P_1 cantitatea cerută este q_0 . Dacă prețul scade la P_2 , pe curba cererii C1, cantitatea cerută crește de la q_0 la q_1 iar pe curba C2, de la q_0 la q_2 .

La aceeași schimbare de preț, modificarea în cantitatea cerută este mai mare pe curba C2 față de curba C1, curba C2 fiind mai întinsă decât curba C1. Prin urmare, spunem că la aceeași schimbare de preț curba cererii C2 este mai elastică decât curba cererii C1.

Elasticitatea cererii funcție de preț se măsoară prin coeficientul de elasticitate.

Coeficientul elasticității cererii (K_e), arată gradul, fracțiunea sau procentul modificării cererii în funcție de modificarea prețului sau a altei condiții a cererii.

Se poate determina pe baza următoarelor relații:

$$1. K_{ec(p)} = -\frac{\Delta C}{C_0} \div \frac{\Delta P}{P_0} = -\frac{\Delta C}{\Delta P} \cdot \frac{P_0}{C_0} = -\frac{C_1 - C_0}{C_0} \div \frac{P_1 - P_0}{P_0} = -\frac{C_1 - C_0}{P_1 - P_0} \cdot \frac{P_0}{C_0};$$

$$2. K_{ec(p)} = -\frac{\Delta C}{\frac{C_0 + C_1}{2}} \div \frac{\Delta P}{\frac{P_0 + P_1}{2}} = -\frac{\Delta C}{\Delta P} \cdot \frac{P_0 + P_1}{C_0 + C_1}$$

unde: ΔC = variația absolută a cererii în perioada curentă față de perioada de

Formele cererii

bază;

ΔP = variația absolută a prețului în perioada curentă față de perioada de bază;

C_0 - cererea din perioada de bază;

C_1 - cererea în perioada curentă;

P_0 - prețul din perioada de bază;

P_1 - prețul din perioada curentă ;

Semnul coeficientului de elasticitate este negativ deoarece sensul modificării prețului este opus sensului modificării cantității cerute. În mod convențional, semnul negativ nu se ia în considerare.

În funcție de mărimea absolută a acestui coeficient, elasticitatea cererii pentru diferite bunuri poate înregistra următoarele forme:

- *cerere elastică*, dacă la un procent de modificare a prețului, procentul de modificare a cantității cerute este mai mare, deci, $K_{ec} > 1$;

- *cererea inelastică*, atunci când la un anumit procent de modificare a prețului rezultă un procent mai mic de modificare a cantității cerute iar $K_{ec}(p) < 1$;

- *cerere cu elasticitate unitară*, când la procentul de modificare a prețului rezultă același procent de modificare a cantității cerute, deci $K_{ec}(p) = 1$;

- *cererea perfect elastică*, caracteristică acelor bunuri pentru care cererea se modifică nelimitat la o modificare zero sau nesemnificativă a prețului; $K_{ec}(p)$ tinde spre infinit, iar curba cererii este perfect orizontală.

- *cererea perfect inelastică*, caracteristică bunurilor a căror cantitate cerută este invariabilă la modificarea prețului; $K_{ec}(p) = 0$, iar curba cererii este perfect verticală.

Ultimele două forme de elasticitate au mai mult o valoare teoretică, ele folosindu-se foarte rar și numai în anumite condiții de piață.

Diferite segmente de pe curba cererii totale a unui bun se caracterizează printr-o elasticitate diferită.

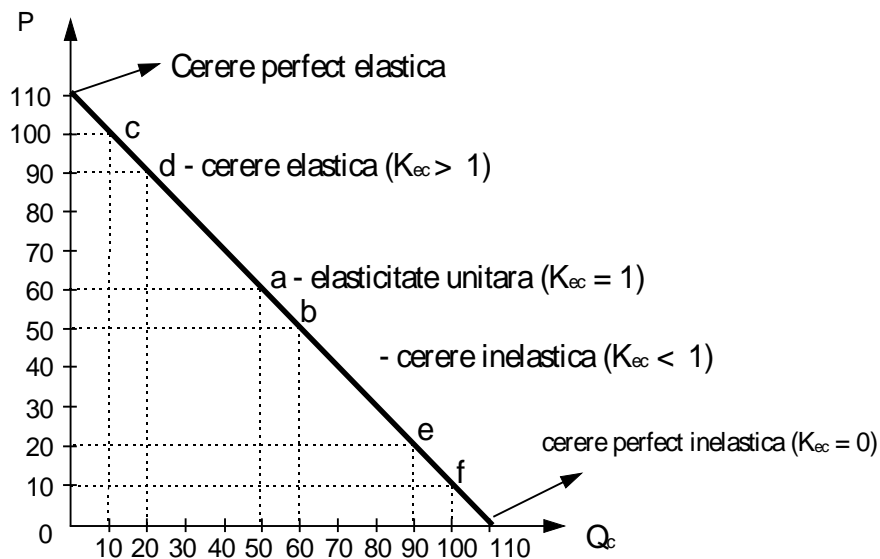


Fig. 3. Tipuri de elasticitate a cererii în funcție de preț

Elasticitatea cererii în funcție de venit

Elasticitatea cererii se poate determina nu numai în funcție de preț, dar și de venit. Ea reflectă proporția în care cererea pentru diverse produse se modifică odată cu modificarea veniturilor bănești ale consumatorilor, ceilalți factori rămânând constanți.

Coefficientul de elasticitate în acest caz se determină astfel:

$$K_{ev} = \frac{\Delta C}{C_0} : \frac{\Delta V}{V_0} = \frac{C_1 - C_0}{C_0} : \frac{V_1 - V_0}{V_0}, \text{ unde:}$$

ΔC - creșterea de cerere în perioada curentă față de perioada de bază; ΔV - creșterea de venit în perioada curentă față de perioada de bază; C_0 - cererea în perioada de bază; V_0 - venitul în perioada de bază.

Coefficienții de elasticitate ai cererii în funcție de venit pot fi:

$K_{ev} > 1$, în cazul creșterii venitului, reflectă creșterea ponderii cheltuielilor pentru un bun oarecare în cheltuielile totale;

$K_{ev} < 1$, în cazul creșterii venitului, reflectă scăderea ponderii cheltuielilor pentru un bun oarecare în cheltuielile totale;

Factorii care influențează elasticitatea cererii la preț constant

1). *Ponderea venitului cheltuit pentru cumpărarea unui bun în bugetul total al unei familii.*

Cererea pentru un bun este cu atât mai elastică cu cât este mai mare partea din venitul total alocată pentru cumpărarea bunului respectiv și invers. Există însă unele diferențieri între bunuri din acest punct de vedere. Astfel, sunt bunuri pentru care sporește ponderea cheltuielilor pentru cumpărarea lor atunci când

venitul crește și bunuri a căror pondere în cheltuielile totale scade, pe măsură ce crește venitul consumatorului. De exemplu, în condițiile unor venituri banești mari scade ponderea cheltuielilor pentru procurarea bunurilor alimentare și crește ponderea cheltuielilor pentru servicii social-culturale.

2) *Gradul de substituire al produselor.*

Cu cât gradul de substituire al unui bun X în raport cu un alt bun Y este mai mare, cu atât va fi mai mare elasticitatea cererii pentru bunul X la modificarea prețului acestuia.

3) *Durata perioadei de timp de la modificarea prețului unui bun* se află în relație directă cu elasticitatea cererii bunului respectiv. Când prețul unui bun oarecare se modifică, este necesar să treacă o anumită perioadă de timp până când toți cumpărătorii își vor adapta comportamentul față de bunul în cauză. Deci, elasticitatea cererii pentru un bun va fi mai mare într-o perioadă lungă de timp, decât într-o perioadă scurtă, deoarece cumpărătorii au mai mult timp la dispoziție pentru a se adapta la schimbarea prețului bunului respectiv.

4) *Intensitatea necesității de consum.* Din punct de vedere al naturii nevoilor satisfăcute, bunurile pot fi vitale și de lux. De regulă, bunurile considerate de lux se caracterizează printr-o cerere elastică iar cele vitale, printr-o cerere inelastică.

Relația dintre elasticitatea cererii și venitul încasat de vânzători (volumul valoric al vânzărilor)

Între venitul total încasat de un agent economic, din vânzarea unui bun și elasticitatea cererii pentru bunul respectiv există o relație bine determinată : venitul total încasat este egal cu produsul dintre prețul de vânzare pe piață și cantitatea totală de bunuri vândute. Relațiile dintre elasticitatea cererii la preț și venitul total încasat din vânzări se prezintă astfel:

a) la o *cerere elastică* ($K_{e(p)} > 1$), modificarea prețului în sus sau în jos, produce modificări în direcții opuse a veniturii încasat din vânzări:

- venitul scade când prețul de vânzare crește;
- venitul crește când prețul de vânzare se reduce.

b) la o *cerere inelastică* ($K_{e(p)} < 1$), modificarea prețului de vânzare în sus sau în jos, produce modificări în aceeași direcție a veniturii total încasat:

- venitul crește când prețul de vânzare crește;
- venitul scade când se reduce prețul de vânzare.

c) la o *cerere cu elasticitate unitară* ($K_{e(p)} = 1$), modificarea prețului în sus sau în jos, nu are nici un efect asupra veniturii total, acesta menținându-se constant.

Pe graficul de mai jos, pot fi evidențiate următoarele :

$K_e > 1$	c : VT = 100 * 10 = 1000
	d : VT = 90 * 20 = 1800

Elasticitatea
cererii și
volumul
valoric al
vânzărilor

$K_e=1$	a : VT = 60 * 50 = 3000 b : VT = 50 * 60 = 3000
$K_e<1$	e : VT = 20 * 90 = 1800 f : VT = 10 * 100 = 1000

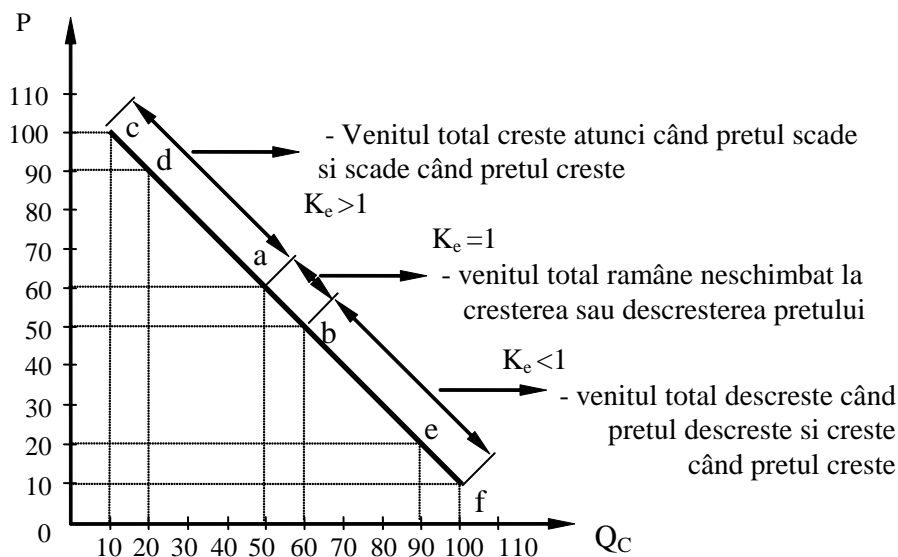


Fig. 4. Relația dintre elasticitatea cererii la preț și volumul valoric al vânzărilor

2.3. Oferta. Legea ofertei. Elasticitatea ofertei.

Oferta

Oferta reprezintă cantitatea totală dintr-un anumit bun, pe care vânzătorii sunt dispuși să o ofere spre vânzare într-o perioadă determinată de timp, la un anumit preț.

Legea ofertei

În funcție de nivelul cererii, cantitatea vândută dintr-un bun poate fi diferită de cantitatea oferită. Suma tuturor cantităților oferite dintr-un bun la același preț, de către toți vânzătorii individuali reprezintă oferta pieței.

Ca și cererea, mărimea ofertei este dependentă în primul rând de preț. Oferta pune în evidență diversele cantități dintr-un bun, pe care producătorii sunt dispuși să le vândă la diferite niveluri de preț. Deci, între evoluția prețului de vânzare al unui bun și mărimea ofertei din bunul respectiv există o relație de cauzalitate.

Raporturile de cauzalitate dintre schimbarea prețului și cantitatea oferită dintr-un bun pe piață, constituie conținutul legii generale a ofertei.

Corespunzător acestei legi, creșterea prețului determină creșterea cantității oferite, iar reducerea prețului determină reducerea cantității oferite.

Presupunând că ceilalți factori care determină modificarea ofertei (numiți condițiile ofertei), nu se modifică, rezultă că între evoluția prețului și cantitatea oferită există o relație directă, pozitivă.

Curba ofertei

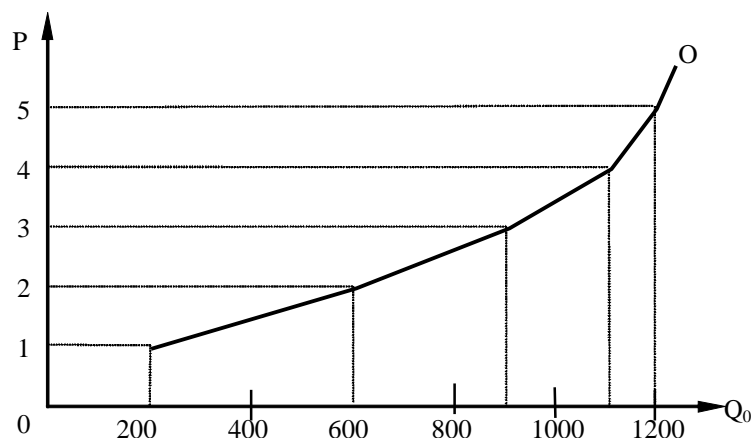


Fig. 5. Curba ofertei unui bun în funcție de prețul de vânzare

Deci, curba ofertei pune în evidență cantitatea de bunuri pe care un ofertant este dispus să o ofere, într-o anumită perioadă de timp, la diferite niveluri de prețuri. Sau, altfel spus, ea arată care este prețul la care ofertantul este dispus să ofere diferite cantități dintr-un bun oarecare, într-o anumită perioadă.

Legătura directă dintre creșterea prețului de vânzare și creșterea cantității oferite, se explică prin faptul că, la un cost de producție dat, creșterea prețului de vânzare determină sporirea masei profitului, astfel că ofertantul are motivația economică de a produce mai mult și a oferi mai mult spre vânzare din bunul respectiv.

Condițiile ofertei

Factorii (condițiile) ofertei. Modificarea cantității oferite dintr-un bun la același nivel al prețurilor este determinată de o serie de factori numiți condițiile ofertei, cei mai importanți fiind:

1. *Costul producției*, se află în relație inversă cu cantitatea oferită. Reducerea costului de producție al unui bun determină creșterea cantității oferite și invers. Schimbarea costului unui bun depinde în primul rând de tehnologiile de producție. Îmbunătățirea tehnologiilor, înlocuirea celor învechite cu altele noi determină sporirea eficienței utilizării tuturor resurselor economice, la creșterea producției obținute cu același nivel de resurse rezultatul fiind reducerea costului pe unitatea de produs. În al doilea rând, mărimea costului depinde de nivelul prețului factorilor de producție. La același nivel al eficienței economice, dacă salariile cresc sau prețul materiilor prime crește, costul va crește iar oferta se va reduce. Costul de producție reprezintă cel mai important factor care determină modificarea ofertei, la același nivel de preț.

2. *Prețul altor bunuri.* O cantitate determinată de resurse economice poate fi utilizată în aceleași condiții de eficiență pentru obținerea a două bunuri X și Y.

Dacă prețul bunului X se reduce, o parte mai mare din volumul de resurse sau chiar întreaga cantitate va fi folosită pentru producerea bunului Y al cărui preț nu s-a schimbat, sau este în creștere. În aceste condiții reducerea prețului bunului X va determina o creștere a ofertei pe piața a bunului Y.

3. *Numărul firmelor care produc același bun.* Dacă, noi firme intră în industria respectivă, oferta va crește. În situația în care unele din firmele respective vor da faliment, oferta se va reduce.

4. *Taxele și subsidiile.* Majorarea impozitului pe profitul firmelor dintr-o anumită industrie va determina o reducere a ofertei, iar reducerea impozitului, o creștere a ofertei. Totodată, unele firme pot beneficia de subsidii din bugetul statului stimulând astfel creșterea ofertei, celelalte condiții nemodificându-se.

5. *Previziunile privind evoluția prețului.* În situația în care una sau mai multe firme dintr-o anumită industrie prevăd că în viitor prețul bunului va crește, oferta prezentă se va reduce, iar dacă se așteaptă ca prețul să scadă, oferta de pe piața prezentă va crește, celelalte condiții rămânând constante.

6. *Evenimentele social-politice și naturale.* În condiții social-politice și naturale favorabile, ceilalți factori rămânând neschimbați, oferta crește iar o înrăutățire a unora sau altora dintre aceste condiții va determina o reducere a ofertei.

Prin însumarea algebrică absolută sau relativă a influenței fiecărui factor, va rezulta modificarea totală a ofertei unui anumit bun la un nivel dat al prețului.

Elasticitatea ofertei

Elasticitatea ofertei în funcție de preț

Elasticitatea ofertei exprimă gradul de modificare a ofertei unui bun, în funcție de schimbarea prețului, sau a oricăreia din condițiile ofertei.

Oferta este cu atât mai elastică cu cât este mai mare modificarea în cantitatea oferită, ca răspuns la modificarea prețului (fig. 6).

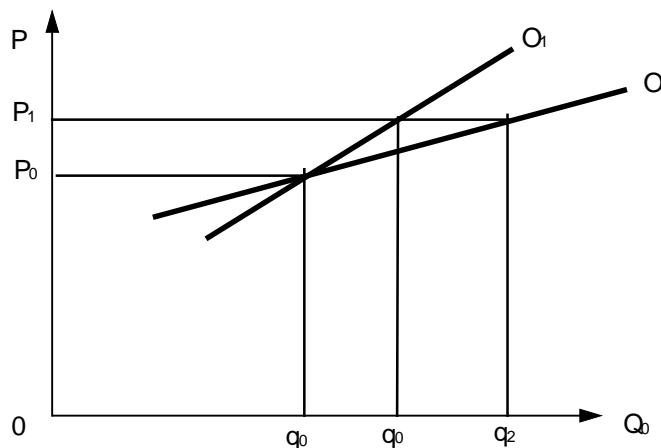


Fig. 6. Elasticitatea ofertei în funcție de preț

Coefficientul de elasticitate a ofertei ($K_{eo(p)}$)

Curba ofertei O_2 este mai elastică decât curba ofertei O_1 . La aceeași modificare de preț ($P_0 - P_1$), modificarea în cantitate este $q_0 - q_1$, în cazul curbei O_1 și de

$q_0 - q_2$ în cazul curbei O_2 . Deci curba O_2 este mai elastică decât curba O_1 . Elasticitatea ofertei funcție de preț se măsoară cu coeficientul de elasticitate a ofertei ($K_{eo/p}$), determinat ca raport între modificarea relativă a cantității oferite dintr-un bun și modificarea relativă a prețului:

$$a) K_{eo(p)} = \frac{\Delta O}{O_0} : \frac{\Delta P}{P_0} = \frac{\Delta O}{\Delta P} \cdot \frac{P_0}{O_0} = \frac{O_1 - O_0}{O_0} : \frac{P_1 - P_0}{P_0}$$

Formele ofertei

$$b) K_{eo(p)} = \frac{\Delta O}{\frac{O_0 + O_1}{2}} : \frac{\Delta P}{\frac{P_0 + P_1}{2}} = \frac{\Delta O}{\Delta P} \cdot \frac{P_0 + P_1}{O_0 + O_1}$$

În funcție de nivelul coeficientului elasticității ofertei la preț, formele ofertei se prezintă astfel:

a) *Oferta elastică* ($K_e > 1$), când unui procent de modificare a prețului îi corespunde o modificare mai mare a ofertei, astfel încât $\frac{\Delta O}{O_0} > \frac{\Delta P}{P_0}$.

b) *Oferta cu elasticitate unitară* ($K_e = 1$) când unui procent în modificarea prețului îi corespunde unul similar în schimbarea ofertei. $\frac{\Delta O}{O_0} = \frac{\Delta P}{P_0}$

c) *Oferta inelastică* ($K_e < 1$), când procentul modificării ofertei este mai mic decât procentul modificării prețului. $\frac{\Delta O}{O_0} < \frac{\Delta P}{P_0}$

d) *Oferta perfect elastică*, presupune ca la un preț dat sau care se modifică ne semnificativ, oferta să crească la infinit, deoarece $\frac{\Delta P}{P_0} = 0$. Curba ofertei este

o dreaptă perfect orizontală.

e) *Oferta perfect inelastică* ($K_e = 0$), când la orice modificare a prețului, oferta nu se modifică, curba ofertei fiind perfect verticală.

Factorii care determină elasticitatea ofertei. Elasticitatea ofertei la un preț dat, este determinată de o serie de factori dintre care cei mai importanți sunt:

1. *Costul producției.* Dacă pe piața unui bun oarecare se înregistrează o creștere a cererii la același nivel de preț, oferta va crește numai dacă costul mediu nu crește. Acesta depinde de prețul factorilor de producție. Creșterea ofertei pentru bunul respectiv determină inevitabil creșterea cererii pentru factorii de producție utilizați la producerea lui, ceea ce va antrena creșterea prețului la acești factori și implicit creșterea costului total mediu al produsului în discuție. În acest caz, oferta va scădea. Deci, atunci când costul crește se va înregistra o scădere a elasticității ofertei și invers.

2. *Posibilitățile de stocare a bunurilor.* Dacă bunul poate fi depozitat și păstrat o anumită perioadă de timp, elasticitatea ofertei funcție de prețul acestui bun

crește, și invers. Deci, între posibilitățile de stocare a bunurilor și nivelul coeficientului elasticității ofertei la preț există o relație pozitivă.

3. *Costul stocării.* Cheltuielile de păstrare și depozitare se adaugă la costul producției rezultând costul total, care se află în relație inversă cu elasticitatea ofertei la prețul de pe piața bunului respectiv.

4. *Perioada de timp de la modificarea prețului.* Dacă prețul de pe piața bunului X se majorează, iar celelalte condiții ale ofertei rămân constante, forma elasticității ofertei depinde de durata perioadei de timp care a trecut de la modificarea prețului.

a) perioada pieței se caracterizează printr-o durată foarte scurtă de timp de la modificarea prețului bunului X, ca urmare a creșterii cererii, perioadă în care ofertanții se găsesc în imposibilitatea creșterii producției, oferta fiind perfect inelastică.

b) perioada scurtă de timp imprimă ofertei un caracter inelastic; în această perioadă, în condițiile creșterii prețului bunului X ca rezultat al creșterii cererii, există posibilitatea sporirii, în anumite limite, a cantității oferite prin utilizarea unui volum mai mare de resurse disponibile (muncă, materii prime, materiale, energie etc).

c) perioada lungă de timp asigură posibilitatea unei oferte elastice a bunului X. În cadrul acestei perioade, producătorii pot spori cantitatea factorilor de producție implicați în producerea bunului X printr-un proces investițional susținut în scopul lărgirii capacităților de producție existente sau prin intrarea de noi firme în industria bunului respectiv, ca urmare a creșterii cererii și în final a prețului.

2.4. Interacțiunea dintre cerere și ofertă. Echilibrul pieței.

Cererea și oferta sunt componente de bază ale mecanismului regulator al pieței.

Raportul de mărime dintre cerere și ofertă reflectă sintetic atât situația pieței în general, cât și pe fiecare segment al acesteia.

Interacțiunea dintre cerere și ofertă determină nivelul prețului la care vânzătorii sunt dispuși să ofere acea cantitate dintr-un bun, pe care cumpărătorii o doresc și sunt dispuși să o cumpere. Ele se găsesc în relație de cauzalitate reciprocă, una reprezentând, în raport cu cealaltă, deopotrivă cauză și efect.

Când prin interacțiunea dintre cerere și ofertă se determină atât prețul cât și cantitatea cerută și oferită dintr-un bun, atunci piața bunului respectiv se găsește în echilibru.

Cantitatea și prețul la care piața unui bun se echilibrează, poartă numele de cantitate de echilibru și respectiv, preț de echilibru.

În echilibru, curbele cererii și ofertei sunt în balanță, se egalizează, iar prețul și cantitatea nu au tendințe de modificare. Dacă prețul bunului este mai mare sau mai mic decât prețul de echilibru, cele două forțe ale pieței: cererea și oferta vor acționa în direcția atingerii și menținerii echilibrului.

La punctul de echilibru, intenția cumpărătorului coincide cu cea a vânzătorului, întrucât este absent atât surplusul de cerere cât și excedentul de ofertă, asigurând stabilitatea prețului de echilibru. În aceste condiții, piața bunului respectiv se află în echilibru.

Modificarea cererii și ofertei și ieșirea din echilibru au loc atunci când survin modificări în factorii de influență ai celor două forțe ale pieței.

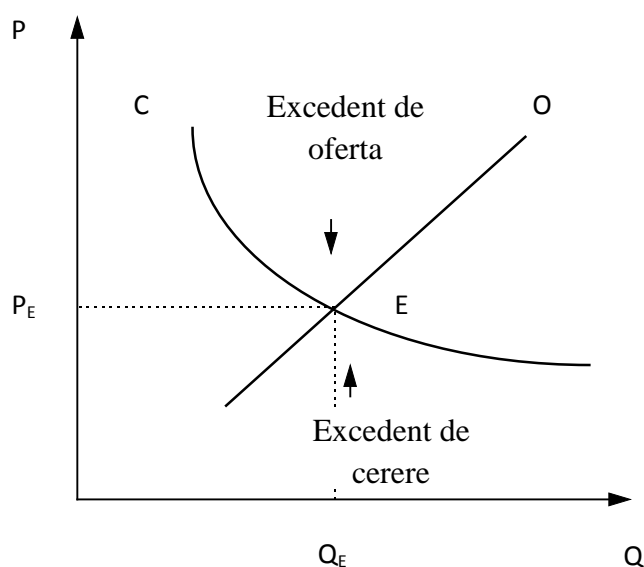


Fig. 7. Echilibrul pieței unui bun.

Din situațiile prezentate privind interacțiunea cerere - ofertă - preț, rezultă următoarele ipoteze:

- o creștere a cererii (condițiile ofertei rămânând neschimbate) sau o reducere a ofertei (condițiile cererii rămânând neschimbate) vor conduce la o creștere a prețului;
- o reducere a cererii (condițiile ofertei fiind considerate constante) sau o creștere a ofertei (condițiile cererii fiind considerate constante) vor determina o reducere a prețului.

Aceste ipoteze le putem considera ca axiome ale legii cererii și ofertei, potrivit căreia:

- prețul de pe piață este determinat de mișcarea celor două forțe opuse - cererea și oferta;
- prețul de pe piață oricărui bun tinde permanent spre un nivel de echilibru. La acest nivel, cantitatea oferită este egală cu cantitatea cerută.

2.5. Concurența: concept, modalități și direcții de desfășurare.

Conceptul de concurență

Conceptual, **concurența** este o confruntare specifică dintre agenții economici, în vederea obținerii unor condiții mai bune de producție și desfacere, de efectuare a operațiilor bănești sau a altor activități economice, în scopul obținerii de cât mai multe avantaje.

Concurența are loc între agenții economici pentru atragerea de partea lor a clientelei și pentru a avea acces în condiții avantajoase la factorii de producție. Concurența este de fapt o luptă, o competiție între agenții economici, din care ies învingători cei mai buni.

Modalități de desfășurare

Fiind o confruntare între agenții economici, concurența se desfășoară prin intermediul unor modalități specifice, de natură economică și extraeconomică:

a) *modalitățile de natură economică* privesc: reducerea prețurilor de vânzare, pe seama reducerii costurilor de producție, ridicarea calității bunurilor și a activității de prestare servicii, lansarea de noi produse, organizarea unor servicii de vânzare eficiente, reclama și publicitatea, organizarea de servicii postvânzare etc.;

b) *modalitățile de natură extraeconomică*, includ: furtul de informații; răspândirea de informații false despre concurenți; cumpărarea unor salariați ai concurenților pe care să-i utilizezi în interes propriu; atragerea pe căi necinstite a unor surse de sponsorizare etc. În această categorie intră și acțiunile agresive care pot fi de natură diferită și care au ca scop distrugerea concurenților sau eliminarea lor pentru un anumit timp din competiție.

Direcții de desfășurare

Concurența, prin efectele pe care le declanșează, se poate situa printre legile cele mai importante ale reglării vieții economice și ale progresului tehnico-economic al societății. Ea acționează în următoarele direcții :

1. Promovarea și introducerea progresului tehnic, prin stimularea agenților economici în vederea perfecționării proceselor de producție, a tehnicii și tehnologiilor folosite.
2. Reducerea costului de producție și, implicit, a prețului de vânzare; stimulează cererea și posibilitatea de sporire a producției și de obținere a unor profituri mai mari.
3. Îmbunătățirea calității bunurilor produse și a serviciilor prestate constituie un element important de competiție între agenții economici, având un rol deosebit în impunerea bunurilor pe piață și atragerea cumpărătorilor.
4. Concurența determină înnoirea producției, creșterea interesului pentru cercetare și a cheltuielilor destinate acestei sfere creatoare de progres tehnic.
5. Diferențierea agenților economici: cei ce sunt mai abili ies învingători din lupta de concurență, se dezvoltă, acumulează bogății, cei mai puțin abili pierd, sărăcesc.

2.6. Tipuri de concurență.

Concurența desemnează o anumită situație a pieței în funcție de o serie de variabile :

- numărul și puterea economică a vânzătorilor și cumpărătorilor;
- gradul de diferențiere a bunurilor care satisfac o nevoie umană;
- gradul de transparență a pieței;
- gradul de mobilitate a factorilor de producție;
- facilități sau restricții la intrarea în ramură;
- gradul de libertate al formării prețurilor;
- raportul dintre cerere și ofertă etc.

În funcție de conținutul și modul de manifestare al acestor elemente, se diferențiază și mecanismele concurențiale de la o etapă la alta, de la o țară la alta. Astfel, se disting, din acest punct de vedere, două tipuri de concurență : concurența perfectă și concurența imperfectă.

Concurența perfectă

1. **Concurența perfectă**, denumită și concurența pură, presupune un asemenea raport de piață, în care toate firmele pot să vândă întreaga producție pe care o au la prețul pieței, fără a-l influența împreună sau fiecare în parte, iar toți cumpărătorii să poată cumpăra la prețul pieței, ceea ce doresc și au nevoie dintr-un bun, fără a-l putea modifica. Concurența perfectă se definește prin următoarele condiții:

- a) atomicitatea participanților la tranzacții, respectiv existența unui număr mare de vânzători și cumpărători pe piață, de puteri economice aproximativ egale și relativ reduse, astfel încât nici unul nu are o asemenea putere pentru a exercita vreo acțiune asupra producției sau a prețului;
- b) omogenitatea bunurilor aparținând aceleiași ramuri, astfel încât cumpărătorilor le este indiferent de la ce vânzător cumpără;
- c) libera intrare pe piață a producătorilor care doresc acest lucru, strict după criteriile economice; producătorii intră când prețul este mai mare decât costul de producție și ies când costul de producție este mai mare decât prețul;
- d) perfecta transparență a pieței, deci cunoașterea de către cei interesați a cantităților oferite și cerute, a calității, a prețurilor, a tranzacțiilor încheiate;
- e) adaptarea fără restricții a ofertei la cerere și invers, deci fluiditatea perfectă a cererii și ofertei la modificarea prețului;
- f) perfecta mobilitate a factorilor de producție.

Concurența perfectă este o situație ideală, acel tip de concurență care permite funcționarea cea mai eficientă a economiei. Ea este de fapt un model teoretic, deoarece în realitate acest tip de concurență nu mai există în nici o țară cu economie de piață.

Astăzi, concurența perfectă este utilizată de către specialiști, drept model de studiu și analiză a pieței concurențiale.

Concurența imperfectă

2. **Concurența imperfectă** desemnează acea situație de piață în care agenții economici, în confruntarea dintre ei, sunt capabili, prin acțiunile lor unilaterale sau concertate, să influențeze raportul dintre cerere și ofertă, ca și prețul bunurilor și serviciilor, în scopul obținerii unui profit cât mai ridicat. În cazul concurenței imperfecte, una, mai multe sau toate condițiile concurenței perfecte sunt încălcate.

Concurența imperfectă cunoaște mai multe forme de manifestare:

Concurența monopolistică

a) **Concurența monopolistică**, este o formă de concurență imperfectă care se apropie destul de mult de concurența perfectă. Ea se caracterizează însă, prin diferențierea produselor ce aparțin aceleiași ramuri. Producătorii sunt în număr suficient de mare, astfel încât există condiții pentru o bună satisfacere a cererii datorită posibilității mari pe care cumpărătorii o au de a alege din multitudinea de vânzători, în conformitate cu dorințele și posibilitățile lor.

Concurența oligopolistă

b) **Concurența oligopolistă**, se caracterizează prin existența câtorva producători, însă nu mai puțin de trei. Fiecare firmă producătoare este destul de puternică ca acțiunile ei să aibă efecte importante asupra rivalilor. Piața cu concurență oligopolistă este cea mai răspândită în țările cu economie de piață.

Concurența oligopolistă se caracterizează în principal prin următoarele:

- existența unui număr redus de producători-vânzători, care dețin o parte însemnată din ofertă;
- diferențierea produselor;
- dificultăți la intrarea în ramură;
- un anumit grad de control al prețurilor.

În cazul oligopolului prețul nu poate fi controlat de nici unul din cei câțiva producători din ramură, dar prin ponderea ridicată a fiecăruia în oferta totală apare posibilitatea influențării individuale a situației de piață, cât și de adaptare la reacțiile concurenților. Deciziile de preț și volum de producție a fiecărei firme sunt puternic influențate de deciziile celorlalte firme din ramură. Fiecare firmă are convingerea că rivalii pot să-și schimbe prețurile sau producția ca răspuns la propriile decizii. Noile firme forțează intrarea pe piață, iar firmele existente caută să prevină și să stopeze această intrare. De regulă, pe piața cu concurență oligopolistă, cererea își păstrează caracterul de atomicitate, deci există numeroși cumpărători. Dacă și cumpărătorii pentru produsele unei industrii sunt puțini ca număr, concurența se prezintă sub formă de oligopol bilateral.

Monopolul

c) **Concurența de monopol** este o formă a concurenței imperfecte în care piața unei industrii este dominată de un singur producător - vânzător, care în relațiile cu consumatorii își impune condițiile de preț sau de calitate.

Existența monopolului se explică prin prezența următoarelor premise:

1. Raritatea unor resurse care pot fi exploatate numai dintr-un singur loc. Nimeni nu poate avea acces la ele, decât o singură firmă.
2. Existența unor patente (licențe) care pentru anumite produse sunt deținute de către o singură firmă
3. În anumite domenii, existența mai multor firme ar însemna risipă.
4. Concentrarea și centralizarea capitalului și deci și a producției, care are ca efect eliminarea de către o firmă a celorlalți concurenți din industrie.

Firma care se află în situația de monopol stabilește prețul pentru bunul sau bunurile pe care le produce, preț care vizează obținerea unui profit maxim. Acest preț este denumit preț de monopol și, de regulă, este mai ridicat decât în cazul când în ramura respectivă ar fi fost situația de oligopol sau de piață monopolistică. Dacă monopolul poate controla prețul, nu același lucru se poate spune despre cantitatea vândută care depinde în mare măsură de disponibilitățile de cumpărare ale consumatorilor.

Concurența de monopol este impropriu denumită concurență, deoarece monopolul, ca singur producător – vânzător în ramură elimină libera concurență, instaurând dominația absolută a producătorului asupra cumpărătorului.

d) În afara acestor forme de concurență imperfectă, în realitate, se întâlnesc și alte situații. De pildă, când numai două firme domină piața unei industrii, situația pieței este de **duopol**; când există un singur cumpărător pentru produsele unei industrii, situația pieței este de **monopson**; când există un număr redus de cumpărători (câțiva), situația pieței este de **oligopson** etc.

Instrumentele luptei de concurență sunt numeroase. Atunci când lupta de concurență se duce de către parteneri cu mijloace economice legale, fără utilizarea unor mijloace agresive, concurența este denumită loială.

În condițiile concurenței loiale, toți agenții economici au acces liber la piață, cunosc reglementările legale privind tranzacțiile și le respectă. Uneori metodele aplicate în concurență depășesc cadrul legal, ele devin agresive, periclitând situația unor agenți economici sau chiar a consumatorilor. Statul, în aceste cazuri, prin măsuri legislative, trebuie să intervină și să sancționeze orice modalitate de infiltrare a așa zisei concurențe neloiale. Prin concurență neloială se înțelege, conform legislației române “orice act sau fapt contrar uzanțelor cinstite în activitatea comercială”.

Duopolul
Monopsonul
Oligopsonul

2.7. Conceptul de preț.

Conceptul de preț

Prețul a ocupat și ocupă un loc central în ansamblul teoriei și practicii economice. Unii autori au apreciat ca prețul reprezintă noțiunea fundamentală a științei economice. Încă de la începutul introducerii lui în limbajul economic, termenului i s-au atribuit cele mai variate sensuri. Dar, absolut toți cei care și l-au însușit și l-au folosit au intuit faptul că prețul măsoară ceva. Încă din antichitate, Aristotel susținea că “prețul exprimă echivalența a două bunuri diferite calitativ, adică valoarea lor de schimb”.

Prin preț se înțelege în prezent și tarifele serviciilor, cursurile de schimb ale hârtiilor de valoare, salariile tarifare, rata dobânzii etc.

Prețul a fost considerat dintotdeauna o mărime relativă, adică ceva care se măsoară prin altceva. Prețul reprezintă raportul dintre două cantități de bunuri economice propuse la schimb sau cantitatea dintr-un bun care trebuie să fie dată în schimbul unei unități din alt bun.

Prețul exprimă, în condițiile actuale, cantitatea de bani pe care cumpărătorul o plătește în schimbul unei unități de bun economic, respectiv, el este expresia bănească a valorii de schimb pe care o încasează vânzătorul pentru o unitate din bunul tranzacționat. Prețul este deci suma de bani încasată - plătită, pentru transferarea definitivă a atribuțiilor dreptului de proprietate de la o persoană la alta.

Una dintre cele mai controversate probleme ale științei economice a fost și a rămas problema "substanței unice a prețului".

Prima încercare de a explica științific esența unică a prețului a fost făcută de clasicul Adam Smith. El a apreciat și a demonstrat că prețul exprimă munca încorporată în fiecare dintre bunurile ce se schimbă.

Alți economiști au așezat la temelia prețului raritatea. Cu cât bunul este mai rar, cererea pentru el fiind constantă sau în creștere, cu atât prețul lui este mai mare.

O altă bază unică a prețului a fost considerată utilitatea. Adepții utilității marginale spun că prețul este determinat de utilitatea bunului cel mai puțin dorit, de satisfacția asigurată de consumul aceluși exemplar care se află la marginea plăcerii indivizilor.

Mulți autori au considerat că baza prețului este venitul disponibil. În acest context, J.M. Keynes a demonstrat că sporirea gradului de ocupare a forței de muncă, determină mărimea venitului disponibil, iar acesta, la rândul lui, stă la baza nivelului și dinamicii prețului, a modificării lui.

În timp, s-au conturat două teorii în problema valorii: teoria valorii muncă

(obiectivă) și teoria valorii utilitate (subiectivă).

Conform teoriei valorii muncă, substanța valorii este munca producătorilor de bunuri reproductibile, concretizează în noi bunuri economice, în noi funcții ale acestora. În determinarea mărimii valorii economice se are în vedere consumul total de muncă vie și materializată, ocazionat de producția propriu-zisă a bunului respectiv, cât și cheltuielile din amonte și avalul acesteia. Mărimea valorii se manifestă la piață prin valoarea de schimb și reprezintă raportul cantitativ în care se schimbă două bunuri. La rândul ei, valoarea de schimb se prezintă sub forma prețului. Cantitățile diferite de muncă vie și materializată pentru obținerea aceluiași bun reprezintă valoarea individuală a mărfii, a cărei mărime este dată de timpul de muncă individual. Prin confruntarea intereselor producătorilor individuali, ale acestora cu ale cumpărătorilor, bunurile identice ajung să aibă una și aceeași valoare economică, indiferent de valorile și condițiile individuale în care au fost produse. Valoarea socială este determinată de timpul de muncă socialmente necesar, respectiv timpul de muncă necesar pentru producerea unui bun, în condițiile de producție existente, normale din punct de vedere social și cu media socială de îndemânare și intensitate a muncii.

Conform teoriei valorii - utilitate, valoarea bunului se explică prin raritatea bunurilor economice și prin utilitatea pe care indivizii consumatori o atribuie acestora. Pe măsura satisfacerii nevoilor, se reduce intensitatea nevoii, deci scade și valoarea pe care cumpărătorul o conferă bunurilor cumpărate.

Cele două teorii sunt ireductibile. Fiecare dintre ele, privită în sine, este mai mult sau mai puțin parțială. Școala neoclasică, de pildă, susține că valoarea bunurilor economice este dată atât de prețul de cost integral (full-cost), cât și de utilitatea ce le-o conferă cumpărătorul, de preferințele economice ale acestuia, preferințe ce se află sub incidența mărimii și sursei venitului.

2.8. Funcțiile prețurilor

Funcțiile prețurilor

Nivelul și structura prețului se află sub influența permanentă a variabilelor (intrărilor și ieșirilor) sistemului economic. Prețul se constituie astfel într-un principal mesaj de reglare a mecanismului economic, de semnalizare a stării sistemului economic și de anticipare a evoluției sale. Prin funcțiile lui economice, prețul este nu numai o categorie valorică ci și o importantă pârgie economică prin intermediul căreia se realizează anumite obiective economice și sociale. Rolul esențial al prețurilor în cadrul mecanismelor economice este reliefat prin funcțiile acestora.

1. Funcția de calcul și măsurare a cheltuielilor și rezultatelor, constă în aceea că prin intermediul prețurilor capătă expresie bănească indicatorii ce caracterizează activitatea economico-socială. În această funcție, prețurile servesc la evidențierea dimensiunilor cantitative și structural calitative ale evoluției diverselor activități, constituind un important instrument de analiză și fundamentare a deciziilor privind introducerea noilor tehnologii, repartizarea și utilizarea resurselor, participarea la circuitul economic mondial etc. Se poate aprecia că prin atributele lor informațional-economice prețurile constituie principala modalitate de cunoaștere a performanțelor, dar și a imperfecțiunilor sistemului economic și mecanismelor sale.

2. Prețul, ca și costul pe baza căruia se formează, are o puternică încărcătură informațională, iar mesajele sale pot fi rapid și ieftin transmise către multitudinea agenților economici. El exprimă și măsoară "tensiunile" de raritate a bunurilor și serviciilor, ca și a factorilor de producție, orientând atât opțiunile și deciziile producătorilor, cât și ale consumatorilor. Prețul apare deci ca "un sistem de semnale" care coordonează deciziile agenților economici, servind la împărțirea unei oferte limitate de factori de producție – între producători - și a unei cantități limitate de bunuri și servicii - între consumatori.

3. Funcția de stimulare a intereselor agenților economici producători. Veniturile întreprinderilor, depinzând de mărimea prețurilor, acestea din urmă orientează activitățile economice spre acele ramuri și sectoare în care prin preț (costurile fiind date) se încasează profituri relativ mari pe produs. Prețul apare ca acel instrument neutru care îi ierarhizează pe producători după costuri și rentabilitate.

4. Funcția de recuperare a costurilor și de distribuire a veniturilor presupune, în primul rând, ca prin nivelul lor, prețurile să asigure agenților economici compensarea cheltuielilor și obținerea unui anumit profit.

Venitul individual depinde în ultimă instanță, de diferența dintre prețurile primite pentru bunurile materiale sau serviciile vândute și prețurile plătite pentru procurarea factorilor de producție. De aceea, fiecare producător are interesul să obțină input-ul la cel mai scăzut cost și să vândă bunurile create pe cea mai favorabilă piață. Întrucât același produs are costuri diferite – în funcție de prețurile de aprovizionare și de condițiile de desfășurare a activității - și se valorifică în mod diferențiat pe piață, prin intermediul prețurilor, se realizează o distribuire /redistribuie a veniturilor producătorilor.

2.9. Formarea prețurilor.

Formare prețurilor

1. Una dintre cele mai importante probleme economice este cea a formării și determinării prețului. Adesea, formarea prețurilor este redusă la unele aspecte concrete, formal juridice, cum sunt: modalitatea concretă de stabilire (negociere) a prețului unui bun oarecare; forma juridică de consemnare a acordului dintre părți cu privire la prețul unui bun, la modificarea lui, ca și la sancțiunile ce se pot da aceluși agent economic care nu respectă acordul; locul de fixare a prețului și zona de practicare; căile de informare a părților interesate privind prețul unui bun, prețul pe o piață anume etc. În funcție de unul sau altul dintre aspectele concrete arătate, există și se practică asemenea prețuri precum: preț al bursei, preț de licitație, preț de catalog, preț ajustat, preț difuzat firmelor (prețul director) etc.

În viziunea specialiștilor, formarea prețului are însă un sens mult mai profund.

Este un lucru unanim acceptat că formarea prețului are loc sub influența unei multitudini de factori. În genere, acești factori se împart în două grupe: factori interni și factori externi.

a) Grupa factorilor interni. Unii dintre factorii interni ai formării prețului acționează dinspre cererea consumatorilor cum sunt: utilitatea atribuită bunurilor de către cumpărător; capacitatea de plată a populației consumatoare; nevoile consumatorilor și structurile cererii etc.

Alți factori interni ai formării prețului își exercită influența dinspre oferta producătorilor. Dintre aceștia, cei mai importanți sunt: nivelul costurilor unitare; abilitatea întreprinzătorului și capacitatea sa de a obține profit cât mai mare; structurile ofertei și posibilitatea producătorilor de a se raporta la nevoile consumatorilor; prețul bunurilor pe alte piețe etc.

Există de asemenea, factori interni ai formării prețului, care acționează pe ansamblul pieței: jocul liber, presiunea celor două forțe ale pieței; factorii monetari, cererea și oferta de bani, ca element constitutiv al pieței, în general.

b) Factorii externi ai formării prețului se reduc la:

- intervenția indirectă guvernamentală atât în planul ofertei, cât și al cererii, în sensul suplimentării sau al reducerii lor, pentru ca mecanismul lor să funcționeze normal;
- măsurile specifice adoptate de stat pentru menținerea unor echilibre social-economice (pe piața muncii, protecția unor producători agricoli), măsuri care s-au reflectat în nivelul și dinamica prețului;
- comportamentul unor mari organizații economice cu tentă monopolistă.

Pe baza acțiunii factorilor arătați, a influenței preponderente a unuia sau altelea dintre grupele de factori, s-au conturat mai multe tipuri de prețuri: libere, administrate și mixte.

Prețurile libere sunt acelea care se formează în condițiile concurenței deschise,

în care nici unul dintre agenții pieței nu poate influența sau decide în mod unilateral nivelul și dinamica prețurilor.

Prețurile administrate sunt considerate acele prețuri care se formează și se modifică mai ales sub influența firmelor cu o poziție cheie și/sau a statului.

În realitate, într-un sistem economic real de piață, *prețurile sunt mixte*, ele fiind formate pe baza tuturor factorilor arătați (interni și externi).

2.10. Statul democratic și prețurile. Politici de prețuri.

Formarea liberă a prețurilor este o condiție fundamentală a funcționării mecanismului economiei de piață; Prețul de echilibru al ofertei și cererii reprezintă linia de forță a acestui mecanism. Numai că mecanismul real al economiei de piață, presupune implicarea statului, acesta având sarcina de a armoniza interesele tuturor categoriilor de producători și consumatori. Prețul este una dintre pârgurile folosite de autoritatea publică pentru stăvilirea unor tendințe monopoliste și oligopoliste, pentru asigurarea unor echilibre parțiale și temporare, pentru orientarea dezvoltării economico-sociale.

Intervenția statului în mecanismul formării prețului are determinări multiple cum sunt: penuria de resurse materiale și energetice, necesitatea protejării și folosirii lor raționale; creșterea rapidă a unor prețuri pe piețele libere, cu efectele negative pe care le pot antrena în economie, în statutul social al consumatorului; tendința unor mari firme de a crea situații de monopol și/sau de oligopol etc.

În fond, în țările cu economie de piață și cu stat de drept, puterea publică se implică în formarea prețului pentru a proteja consumatorii și a garanta veniturile unor categorii de producători.

Ținându-se seama de faptul că procesul formării prețului este mixt, că în acest proces se întrepătrund factorii endogeni pieței cu cei exogeni, se poate spune că implicarea administrației de stat este cel mai important factor exogen. Această funcție a guvernelor se concretizează în mai multe categorii de acțiuni și măsuri.

a) Principalul set de măsuri promovate de puterea publică constă în ansamblul acțiunilor și procedurilor de menținere, restaurare sau chiar de consolidare a condițiilor de desfășurare normală a concurenței. În acest sens, administrațiile de stat controlează înțelegerile, acordurile între producători, căutând să limiteze tendințele lor monopoliste și oligopoliste. Aceste măsuri se împart în două categorii: reglementările juridice ale tranzacțiilor comerciale, adoptarea Codului Comercial, această problemă fiind de competența legislativului; controlul și supravegherea modului de aplicare, de respectare a legilor privitoare la regulile de desfășurare a concurenței și la mecanismul formării prețului, acțiunea fiind a executivului.

b) În al doilea rând, administrația publică se implică în formarea nivelului prețului și a modificării lui prin politica sa de protecție socială, de susținere a menajelor și persoanelor cu venituri mici. Salariul minim garantat, dimensionarea și negocierea lui cu partenerii sociali (cu sindicatele) sunt pârguri statale și de influențare a mecanismului prețului.

c) În al treilea rând, puterea de stat, guvernele se implică în formarea prețurilor prin susținerea cu subvenții a unor produse de interes național (cereale, energie electrică), ca și prin garantarea veniturilor minime ale producătorilor agricoli.

d) În anumite situații extraordinare (războaie, crize profunde și durabile), guvernele au procedat la fixarea autoritară a prețului, măsura fiind însoțită

adesea și de raționalizarea consumului.

e) Administrația publică recurge adesea la blocajul prețului, adică menținerea prețurilor la anumite niveluri atinse, pentru asigurarea unei stabilizări a lor și a limitării procesului inflaționist. Ea practică politica prețurilor maxime, respectiv a prețurilor minime.

Mecanismul prețurilor maxime și efectele practicării acestora

În general, prin fixarea prețurilor maxime se urmărește atât creșterea cererii și a consumului, cât și a ofertei. Pentru a obține efectul dorit este necesar ca prețul maxim să se situeze sub nivelul celui de echilibru ($P_M < P_E$). Rezultă că la preț maxim, cantitatea cerută este mai mare decât cea oferită ($Q_c > Q_o$).

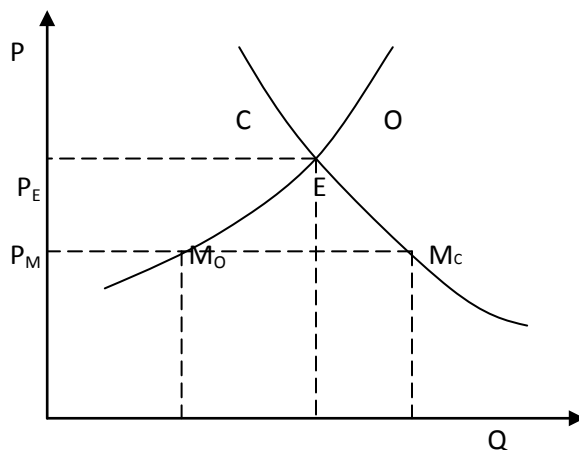


Fig. 8. Politica prețului maxim

Introdus cu scopul de a proteja consumatorii, prețul maxim antrenează cu timpul, un efect invers: penuria de produse și imposibilitatea consumatorilor de a-și procura bunurile în cauză. Ori, protejarea consumatorilor se realizează, în principal, prin asigurarea pieței cu bunurile cerute de ei.

Mecanismul prețurilor minime

Sunt situații când guvernele folosesc prețul minim în politica lor de prețuri. Scopul urmărit de guverne este acela de a stimula dezvoltarea și a menține echilibrul pieței unor bunuri.

Prin lege, se interzice vânzarea bunurilor materiale și serviciilor sub un anumit preț numit preț - prag sau preț minim. Este clar că guvernul își poate atinge obiectivul numai dacă nivelul acestui preț este mai mare decât prețul de echilibru.

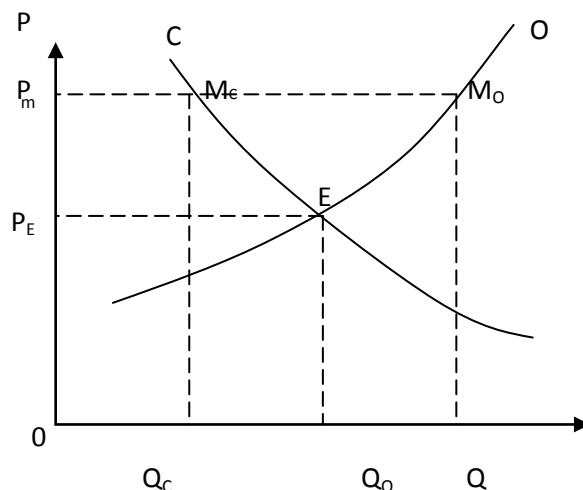


Fig. 9. Politica prețului minim

Stabilirea prețului minim deasupra celui de echilibru ($P_M > P_E$) conduce la modificări atât în cantitatea cerută față de cea de echilibru ($Q_C < Q_E$), cât și în cantitatea oferită față de cantitatea ce făcuse echilibrul cu cererea ($Q_o > Q_c$). Modificările arătate sunt reacții firești ale agenților pieței la urcarea prețului. Apare deci un excedent de ofertă față de cerere, ceea ce înseamnă că măsura guvernului și-a atins scopul. Numai că statul trebuie să caute și debușee pentru produsele având prețuri minime de vânzare. O asemenea susținere are loc fie prin achizițiile garantate din veniturile administrațiilor, fie prin facilități fiscale și de credit acordate producătorilor sau cumpărătorilor.