



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ-NAPOCA
CENTRUL DE FORMARE CONTINUĂ, ÎNVĂȚĂMÂNT LA
DISTANȚĂ ȘI CU FRECVENȚĂ REDUSĂ
Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor

Specializarea: Toate specializările
Disciplina: Microeconomie

SUPPORT DE CURS

ANUL I - Semestrul 1

Cluj – Napoca
2013

I. Informații generale

• Date de identificare a cursului

Date de contact ale titularului de curs:

1. Conf.dr. Cocioc Paul

E-mail: paul.cocioc@econ.ubbcluj.ro

2. Conf.dr. Bodea Gabriela

E-mail: gabriela.bodea@econ.ubbcluj.ro

3. Conf.dr. Cocioc Paul

E-mail: paul.cocioc@econ.ubbcluj.ro

4. Conf.dr. Jula Octavian

E-mail: octavian.jula@econ.ubbcluj.ro

5. Conf.dr. Rovinaru Flavius

E-mail: flavius.rovinaru@econ.ubbcluj.ro

6. Lector dr. Ban Irina

E-mail: irina.ban@econ.ubbcluj.ro

Facultatea de Științe Economice și
Gestiunea Afacerilor, Departamentul de
Economie politică, str. Teodor Mihali
58-60, Cluj-Napoca
Telefon: 0264-418655
Fax: 0264-412570

Date de identificare curs și contact tutori:

Numele cursului:

MICROECONOMIE

Codul cursului: **ELR0001**

Anul I, semestrul 1

Tipul cursului: **obligatoriu**

Pagina web a cursului: -

Tutori, adrese e-mail tutori:

1. Conf.dr. Cocioc Paul

E-mail: paul.cocioc@econ.ubbcluj.ro

2. Conf.dr. Bodea Gabriela

E-mail: gabriela.bodea@econ.ubbcluj.ro

3. Conf.dr. Cocioc Paul

E-mail: paul.cocioc@econ.ubbcluj.ro

4. Conf.dr. Jula Octavian

E-mail: octavian.jula@econ.ubbcluj.ro

5. Conf.dr. Rovinaru Flavius

E-mail: flavius.rovinaru@econ.ubbcluj.ro

6. Lector dr. Ban Irina

E-mail: irina.ban@econ.ubbcluj.ro

7. Asist.dr. Pop Larisa

E-mail: larisa.pop@econ.ubbcluj.ro

6. Asist.dr. Mihuț Marius

E-mail: marius.mihut@econ.ubbcluj.ro

6. Asist.dr. Sechel Ioana

E-mail: ioana.sechel@econ.ubbcluj.ro

• Condiționări și cunoștințe prerechizite

1. Disciplina MICROECONOMIE nu impune *condiționări* (*alte cursuri / discipline a căror parcurgere și promovare condiționează înscrierea la cursul de față*); vor fi apreciate, însă, cunoștințele economice anterioare, deținute deja de studenți.

2. Cunoștințele, deprinderile și experiența necesare studentului pentru a face față activităților sunt date de *obiectivele disciplinei*:

- *însușirea* de către studenți a noțiunilor de bază din economie, ca de pildă: lege, valoare, utilitate, cost, productivitate, concurență, monopol, preț, eficiență ș.a.;
- *înțelegerea* conceptelor proprii MICROECONOMIEI;
- *aplicarea* cunoștințelor dobândite, în domenii conexe;
- realizarea *corelațiilor* între teorie și practică.
- utilizarea cunoștințelor la însușirea celorlate discipline de specialitate

3. *Competențele dobândite prin absolvirea disciplinei*:

- deprinderi în utilizarea conceptelor economice
- abilități de argumentare și raționament

4. **METODELE** utilizate în cadrul procesului de învățământ: expunerea, argumentația, conversația, discutarea unor studii de caz, prezentarea unor exemple, discutarea unor referate, rezolvarea de probleme,dezbaterea. Pentru *abordarea, înțelegerea* și mai ales *aplicarea* cunoștințelor presupuse de curs, indicăm metoda învățării „în pași mărunți”, respectiv parcurgerea cursivă, temă cu temă, a manualului (în ordinea dată de fiecare capitol) și a Cărților de teste și probleme.

• **Descrierea cursului**

1. *Conținut:* Elemente generale de Microeconomie

2. *Descriere:* Disciplina își propune oferirea *suportului terminologic și teoretico-practic* necesar demersului de a înțelege și a învăța principiile după care se ghidează Microeconomia.. Ea se bazează pe *prezentarea*, în cadrul tuturor temelor abordate, *fie a unor elemente și structuri importante*, care se cer a fi reținute, *fie a unor aspecte interesante ale teoriei de specialitate*. Cursul este elaborat prin *modalități de lucru moderne*, în scopul sporirii abilității de a gândi și a dexterităților de calcul necesare în studiul economiei.

Conținutul propriu-zis al cursului de MICROECONOMIE: obiectul Microeconomiei și metodele utilizate de ea în cercetarea vieții economice; caracteristicile sistemelor economice; marfa și trăsăturile ei;utilitatea bunurilor economice, cererea de bunuri, elasticitatea cererii, firma, factorii de producție, optimul producătorului, productivitatea factorilor de producție, costurile de producție, maximizarea profitului,concurența, piața de monopol. Monopsonul, piața cu concurență monopolistică, piața de oligopol.etc.

• **Organizarea temelor în cadrul cursului**

Temele aferente cursului vor fi regăsite în prezentul material (în cadrul modulelor) și în bibliografie.

• **Formatul și tipul activităților implicate de curs**

Modulele, respectiv temele de studiu, vor fi parcurse în ordinea dată de conținutul cursului, deoarece *numai astfel* poate avea loc înțelegerea corespunzătoare a subiectelor tratate. Studentul își poate gestiona modalitatea și timpul de parcurgere a cursului, fiind conștient că la finalul semestrului, la examen, va avea de susținut proba scrisă (evaluată prin notă). Studenții vor avea de elaborat proiecte individuale asupra uneia din *unitățile* importante precizate la conținutul cursului, in special probleme si studii de caz.

• **Materiale bibliografice obligatorii**

Surse bibliografice obligatorii pentru acest curs:

1. Angelescu Coralia, *Dicționar de economie*, ed. A II-a, Ed.Economică, București, 2001
2. Bodea Gabriela, Ban Irina, *Economica*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2013
3. Bodea, Gabriela, *Microeconomia: principiile și mecanismele jocului*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2001.
4. **Ciobanu, Gheorghe (coord.), Microeconomie, Ed.Risoprint, Cluj-Napoca, 2007.**
5. Cocioc Paul, Jula Octavian, *Microeconomie. Abordări teoretice și practice*, Ed. EFES, Cluj-Napoca, 2012
6. Rovinaru Flavius, Rovinaru Mihaela, Pop Larisa, *Economie: Noțiuni teoretice și aplicații practice*, Ed. EFES, Cluj-Napoca, 2012

7. Popescu, Gheorghe, *Evoluția gândirii economice*, ed.a III-a, Ed.Academiei române, Cluj-Napoca, 2004
8. Samuelson, Paul; William Nordhaus, *Economie politică*, Ed.Economica, București, 2005

• **Materiale și instrumente necesare pentru curs:**

cursuri, cărți, culegere de probleme, articole de specialitate pe temele indicate

• **Calendarul cursului**

A se studia Calendarul disciplinei MICROECONOMIE

• **Politica de evaluare și notare**

1. Modalitatea de evaluare / notare presupune, la forma ÎNVĂȚĂMÂNT LA DISTANȚĂ, următoarele aspecte:

A. Se bazează pe imaginea *de ansamblu* pe care trebuie să și-o formeze studentul în privința noțiunilor și teoriilor parcurse;

B. concret, proba de examen este una SCRISĂ și va miza pe COMBINAREA tipurilor de învățare; ea va conține: a) 15 întrebări de tip grilă, cu răspunsuri multiple; b) 3 probleme și aplicații

Precizare: Fiecare subiect va fi punctat distinct, studenții cunoscând *de la începutul examenului* punctajul aferent fiecărei grupe de subiecte (grile / aplicație / întrebare cu răspuns deschis / teorie)

2. Caiet de probleme, în funcție de cerințele fiecărui profesor

Precizare: Modalitatea de examinare / notare se păstrează și în sesiunea de restanțe / măriri de note.

• **Elemente de deontologie academică**

1. *Lipsa deontologiei în cazul studenților* privește *încercările de fraudă și fraudă*, respectiv utilizarea unor materiale / instrumente / mijloace tehnice – altele decât foaia de examen și instrumentul de scris – care ar urma să faciliteze / au facilitat obținerea notei.

2. În aceeași categorie a fraudei se înscrie și *plagiatul*: referatele studenților *trebuie* să se *bazeze* pe surse bibliografice menționate clar (nu să reproducă pasaje din lucrări sau lucrări – orice proveniență ar avea ele, inclusiv Internet-ul). Precizare: *Claritatea* se referă la note de subsol *pe parcurs* și la referințe *în finalul referatului*.

IMPORTANT: Ghidul de elaborare standard a referatelor postat pe www.econ.ubbcluj.ro va fi un reper important pentru studenți, conținând în strategia de notare.

3. Atât încercarea de fraudă, respectiv fraudă, cât și plagiatul, au ca urmare anularea examenului.

• **Studenți cu dizabilități**

În asemenea cazuri, propunem utilizarea adresei de e-mail oferită la începutul acestui material, respectiv contactarea cadrului didactic pentru discutarea unor variante de lucru potrivite pentru student.

• **Strategii de studiu recomandate**

Fiecare student are propriul stil de învățare, știind cât și cum poate reține / înțelege. De aceea, nu putem impune, ci doar *recomanda* STUDIUL *temeinic*, săptămână de săptămână, al fiecărei teme din programă. Este singura cale pentru a reuși accesul spre o notă care să reflecte cunoștințe reale, serioase și de durată.

Modulul I

INTRODUCERE ÎN MICROECONOMIE

CONCEPTE DE BAZĂ:

- Capitolul 1 (*Unitatea de curs 1*): *Obiectul și metoda Economiei politice*: Economie, Economia politică, Metodă, Metodologie, Cunoaștere economică, Comparare, Analiză, Sinteză, Inducție, Deducție, Ipoteză, Model – modelare, Caracterul logic al economiei, Legi generale, Legi comune, Ordine, Sistem interdependent
- Capitolul 2 (*Unitatea de curs 2*): *Sistemul economiei de piață*: Activitatea economică, Agent economic, Gospodărie, Întreprindere, Administrații publice, Instituții financiare, Nevoi, Trebuințe, Interesele economice, Resurse, Legea rarității resurselor, Curba posibilităților de producție, Bunurile economice, Bunuri fungibile, Bunuri nonfungibile, Marfa, Teorii despre valoare, Economia de mărfuri, Economia naturală, Piață

OBIECTIVE URMĂRITE:

- 1) Să dezvăluie conceptul de raritate ca problemă fundamentală cu care se confruntă toate economiile din cauza faptului că resursele (pământ, muncă, capital și antreprenoriat) sunt insuficiente pentru a produce toate bunurile materiale și serviciile pe care oamenii ar dori să le consume. Să explice faptul că raritatea face necesară alegerea între posibilități alternative: ce bunuri vor fi produse și în ce cantități.
- 2) Să definească conceptul de cost de oportunitate și să explice necesitatea alegerii între posibilitățile alternative privind felul și cantitățile bunurilor produse.
- 3) Să definească problemele studiate de știința economică legate de utilizarea resurselor pentru satisfacerea nevoilor umane.
- 4) Să explice diferența dintre știința economică și științele naturii.
- 5) Să arate modalitatea de bază prin care economiștii aparținând principalelor curente clasice și neoclasice au abordat obiectul lor de studiu, să asigure o orientare cu privire la principalele ramuri ale științei economice și principalele cunoștințe despre școlile de gândire economică.
- 6) Să arate diferența dintre abordările pozitive și normative. Să dezvolte abilitatea de a separa punctele de vedere asupra a ceea ce se întâmplă în realitate de cele care exprimă ceea ce oamenii ar dori să se întâmple.
- 7) Să descrie virtuțile sistemului economiei de piață și limitele sale.

RECOMANDĂRI PRIVIND STUDIUL:

- Ciobanu, Gheorghe (coord.), *Microeconomie*, Ed.Risoprint, Cluj-Napoca, 2007;
- Bibliografia indicată în Silabus;

- Alte surse bibliografice indicate în urma discuțiilor cu tutorii;
- Discuții și analize realizate împreună cu tutorii, pe marginea temelor indicate spre studiu (legile economice, trebuințe, interese și activitate economică, sisteme economice);
- Studii de caz;
- Lucrări practice;

REZULTATE AȘTEPTATE:

Studierea modulului „Introducere în Microeconomie” permite studentului să se familiarizeze cu noțiunile și conceptele de bază cu care operează această știință.

Drept urmare, metoda de studiu trebuie să-l ajute ca, în final, să se orienteze cu ușurință în abordarea și cercetarea diferitelor probleme ale teoriei și practicii economice. În același context, studentul va putea înțelege de ce procesele și fenomenele economice nu se desfășoară la întâmplare, având un caracter legic. Cu acest prilej, va reuși să cunoască principalele legi economice obiective care guvernează economia. Totodată, se urmărește însușirea sistemului de trebuințe economice, precum și legitățile de mișcare și dezvoltare ale acestora.

Satisfacerea trebuințelor este posibilă numai prin intermediul activității economice. De aceea, este necesar ca studentul să cunoască principalele coordonate ale acestora și sistemele economice care o susțin. În final, însușirea acestui modul îi va permite studentului să opereze, în mod curent, cu principalii termeni, principalele noțiuni, categorii și concepte folosite în teoria economică.

Unitatea de curs 1 (cap. 1)

Obiectul și metoda Economiei politice

- Sinteza -

Devenirea științei economiei politice

Până să ajungă însă o ramură distinctă a științei, economia politică a parcurs un proces lung și anevoios, marcat de reușite și eșecuri îndelung repetate. Rațiuni de timp și spațiu nu ne permit să zăbovim acum și aici asupra întregului proces de devenire a științei economice până la nivelul cunoscut astăzi, sarcina aceasta revenind disciplinei *Istoria gândirii economice*. Supunem acum atenției doar câteva momente esențiale din evoluția reflecției economice, care au însemnat tot atâtea modificări de paradigmă în știința despre economie.

I. Reținem, la început, faptul că primele reflecții despre economie au apărut încă din perioada *antichității*. Reflecțiile economice ale antichității au intuit și pătruns în mod pertinent unele aspecte legate de bani (ca mijloc de măsură a valorii și instrument al schimbului), marfă (și cele două reprezentări ale ei: utilitatea și valoarea), proprietate (individuală și socială). Chiar etimologia Economiei politice are originile în limba greacă; *Oikos* = casă, gospodărie; *Polis* = oraș, cetate, colectivitate; *Nomos* = lege. *Economia politică* ar desemna „legile gospodăririi colectivității”.

II. În *Evul Mediu*, cel mai important gânditor a fost Toma D'Aquino, care deși a studiat economia în sens normativ de pe pozițiile doctrinei religioase creștine, a legitimat ideile „prețului just” și „profitului” ca mobil al activității economice.

III. O adevărată revoluție în devenirea științei economice s-a produs în perioada *Mercantilismului* secolelor al XVI-lea – al XVIII-lea. Pe parcursul celor trei secole ale existenței sale mercantilismul și-a construit paradigma de gândire în jurul ideii centrale a *îmbogățirii națiunii*, fixând practic pentru perioada care a urmat *obiectul principal de studiu al economiei politice în economia marfară*. Contribuțiile mercantiliștilor sunt remarcabile în multe domenii din care amintim: studiile despre bani, populația și forța de muncă, prețul, creditul și dobânda, comerțul exterior. Deși au studiat în primul rând circulația, mercantiliștii și-au dat seama de importanța producției în crearea și sporirea bogăției (Antoine de Montchrestien), și tot ei au pus bazele primelor programe statele de organizare și programare economică (Jean Baptiste Colbert). De o deosebită importanță este faptul că mercantilistul francez Antoine de Montchrestien a folosit, pentru prima dată, sintagma *Economie politică* (1615, *Traite de l'Economie politique*).

IV. Încă din a doua jumătate a secolului al XVIII-lea s-a dezvoltat ce mai mare megatendință a teoriei și practicii economice mondiale, *Liberalismul*. Pe plan global, liberalismul a fost marcat de generalizarea economiei marfare, trecerea omenirii de la civilizația agricolă spre cea industrială și de la economia națională spre economia internațională. Prin lucrările principalilor săi reprezentanți liberalismul clasic a așezat în cadre științifice noțiunile, categoriile și legitățile științei economice, așa cum sunt cunoscute (multe dintre ele) până astăzi.

V. Dar, paradigma liberală dominantă n-a fost singura care s-a dezvoltat în perioada 1750-1870, nu a fost perfectă, nu a fost unanim acceptată și nici generalizată la nivelul întregii lumi. Pe măsură ce capitalismul liberal se consolida, apăreau și unele defecte ale lui și unele neajunsuri ale „spiritului manchesterian”, ceea ce a determinat formularea unor noi modele de organizare economică și socială a lumii. Ele au evoluat treptat pe întreaga perioadă 1750-1870, dar n-au reușit să se impună practicii și să se bucure de acceptarea largă a comunității științifice și sociale. Excepția de natură științifică a făcut-o *Marxismul*. De pe pozițiile filosofice ale *materialismului dialectic și istoric, ale teoriei obiective ale valorii determinate de muncă și ale echivalenței schimburilor*, Karl Marx a sesizat imperfecțiunile economiei marfare edificată pe proprietatea privată asupra condițiilor materiale ale producției, a relevat mecanismul exploatării forței de muncă de către capital, contradicțiile modurilor de producție edificate pe proprietatea privată și liberalism, caracterul lor istoric și necesitatea transformării sociale a economiei și societății.

VI. Începând cu ultima treime a secolului al XIX-lea s-a dezvoltat *Liberalismul neoclasic (Marginalismul)*, care a însemnat o nouă revoluție în știința economică și o nouă schimbare de paradigmă. Neoclasicismul este o formă a liberalismului economic, deoarece preia și dezvoltă cele patru elemente fundamentale ale gândirii liberale.

VII. Secolul al XX-lea aduce o nouă revoluție în știința economică *Keynesismul* (de la numele inițiatorului ei, englezul John Maynard Keynes). Aportul fundamental al lui Keynes (1936, *General Theory of Employment, Interest and Money*) constă în faptul că a demonstrat *compatibilitatea și complementaritatea mecanismelor pieței libere și ale intervenției guvernamentale într-un climat*

concurențial pentru asigurarea funcționării normale a economiei marfare. Modelul propus de el a constituit impulsul principal al fundamentării studiilor de macroeconomie.

VIII. Începând cu deceniul 1970-1980 știința economică a intrat într-o nouă etapă, pe care noi o numim *Neoliberalism instituțional*, întrucât reînvie și generalizează valorile neoliberalismului inter și postbelic într-o nouă sinteză, care preia și importante elemente de instituționalism economic adecvate climatului liberal.

Obiectul de studiu al economiei politice

Economia politică este ramură a științei, a cunoașterii raționale, deoarece ea are obiect propriu de cercetare. Obiectul general de studiu al economiei politice este „activitatea economică”.

În timp, obiectul de studiu al Economiei politice s-a schimbat:

I. Mai întâi, obiectul predilect de studiu al cercetărilor economice l-a constituit „*Bogăția*”. Mercantiliștii au înțeles prin bogăție „*banii și metalele prețioase*”, au fixat sfera ei de producere în circulație și au considerat drept factor productiv capitalul comercial. Fiziocrații secolului al XVIII-lea au definit bogăția prin „*masa bunurilor ce pot fi consumate fără a se afecta sursa reproducției lor continue*”, au fixat sfera creatoare de bogăție în producția agricolă și au considerat ca unic factor productiv natura. Liberalii clasici englezi au revoluționat concepția despre bogăție, definind-o ca „*totalitatea bunurilor marfă ale societății*”, au lărgit sfera producerii ei la economia marfară și au introdus formula trinitară a factorilor de producție (natură, muncă și capital). Liberalii clasici francezi au lărgit cuprinderea bogăției identificând-o cu „*totalitatea utilităților din societate*”, extinzând sfera producerii ei la toate activitățile utile și măbind numărul factorilor de producție de la trei la patru (prin adăugarea întreprinzătorului).

II. Protecționiștii germani ai secolului al XIX-lea au criticat liberalismul în general și l-au respins, propunând totodată și abandonarea definițiilor de până atunci date bogăției. Ei considerau că bogăția sub forma bunurilor „dispare prin consum și națiunea poate deveni săracă”. De aceea li s-a părut mai potrivit să-și îndrepte atenția spre studierea „*forțelor productive ale națiunii*”, adică spre forțele capabile să perpetueze producerea neîncetată de bogăție în proporții tot mai mari („Bogăția este puterea de a crea neîncetat bogăție”). Concomitent, sfera producătoare de bogăție se lărgeste la totalitatea activităților utile ce pot servi forțelor productive ale națiunii.

III. Socialiștii utopici ai secolelor XVIII-XIX au propus mutarea accentului în investigațiile economice de la studierea proceselor producerii bogăției spre cercetarea celor mai echitabile mecanisme ale *repartiției sociale* a acesteia. Ei au fost – se pare – primii gânditori care au vorbit de „*economia socială*”, sugerând ca economia politică să urmărească „*asigurarea bunăstării*” atât la nivelul general al societății, cât și la cel individual al fiecărui cetățean în parte.

IV. Paradigma marxistă a înțeles prin economie „*modul istoricește determinat în care oamenii produc și reproduc bunurile necesare existenței*”. De aceea i s-a părut firesc ca economia politică să studieze „*relațiile economice dintre oameni și legile obiective care le guvernează*”.

V. Paradigma propusă de neoclasici începând cu ultima treime a secolului al XIX-lea – și preluată de gândirea dominantă neoliberală a secolului al XX-lea – a fost una esențialmente psihologică și de natură hedonistă. De aceea, neoclasicii consideră că obiectul de studiu al economiei politice în constituie „*analiza comportamentului uman în condițiile utilizării (alternative) a resurselor rare*”.

La fel ca toate celelalte ramuri ale științei și economia politică se legitimează ca atare numai în măsura în care oferă practicii nemijlocite soluții mai bune pentru funcționarea activității economice, adică numai în măsura afirmării și confirmării *funcției sale aplicative*.

economia politică este „știința care studiază realitatea economică și sugerează soluții mai bune problemelor practice cu care ea se confruntă”.

Metode de studiu

Methodos înseamnă cale, mijloc, mod de exprimare, acesta este sensul metodei și în știință, deci și în știința economică.

Pentru început, subliniem că analiza proceselor și fenomenelor economice se face pe calea *abstractizării*. Ea reprezintă procedeul investigației prin care cercetătorul reține, în plan mintal, numai ce este esențial, repetabil și relativ stabil în realitatea studiată, reține tendințele mișcării, laturile principale, lăsând deoparte ceea ce este aleatoriu, întâmplător în manifestarea și evoluția obiectului cunoașterii.

Legile economice reprezintă legăturile cauzale, esențiale care există în realitatea economică, determină mișcarea, sensul și scopul acestei mișcări în economie.

Ceea ce este specific cercetării științifice este *raționamentul*, logica, demonstrația legăturilor cauzale, construcția articulată și sistemică a edificiului cunoașterii. Printre metodele raționamentului științific mai amintim *inducția și deducția*.

În scopul descoperirii adevărurilor realității studiate economia politică folosește ca tehnici (subsumate unora dintre metodele de mai sus) comparația, analiza, sinteza, istorismul, cuantificarea, descrierea, calculul economic, optimizarea, modelarea, actualizarea, formularea de ipoteze, apelează la instrumentarul matematic și statistic pentru exprimarea cantitativă (și calitativă) a elementelor investigate, etc.

Caracterul logic al economiei

Economia politică studiază legile realității economice. *Funcționarea logică imprimă economiei ordine*. Astfel, mecanismul economic funcționează preponderent ordonat. Aceasta nu înseamnă că în economie nu există dezordine, chiar haos, întâmplare și spontaneitate. Cu toate acestea, realitatea economică are – în principal – un caracter ordonat, necesar și conștient. Iată de ce se poate vorbi de existența legilor și de ordinea economică.

În general, *legea exprimă legăturile necesare, esențiale, generale, repetabile și relativ stabile ale realității economice*.

Orice lege economică exprimă o anumită legătură esențială de un anumit tip, ceea ce-i conferă o autonomie relativă de funcționare. În același timp și măsură – cum activitatea economică este complexă, formată din numeroase fenomene și

procesele interdependente și, la rândul ei, este integrată sistemului social, iar acesta sistemului universal integrator – legile economice formează un *sistem interdependent*. În interiorul sistemului legilor economice însuși există ordine. Aceasta înseamnă că legile economice sunt de grade diferite de importanță, între ele există chiar raporturi de subordonare, etc., dar că ele acționează – toate – în mod interdependent și numai astfel – ca sistem – guvernează activitatea economică.

Legile economice se pot clasifica după numeroase criterii, însă noi vom reține pentru moment, doar pe cel al *duratei acțiunii* lor, după care avem:

Legi *generale*, care acționează în toate sistemele economice. Printre ele amintim: Legea diviziunii muncii, Legea economiei de timp, Legea rarității relative a resurselor, etc.

Legi *comune* anumitor sisteme economice. De pildă legile economiei marfare, printre care: Legea valorii, Legea concurenței, Legea rentei, etc.

Pentru activitatea economică nemijlocită ca și pentru știință prezintă o deosebită importanță *mecanismul de acțiune și folosirea* legilor economice obiective. *Mecanismul funcționării legilor economice obiective desemnează totalitatea elementelor prin care acestea se manifestă, guvernează și reglementează activitatea economică nemijlocită a oamenilor.*

Dorim să subliniem, că *folosirea* legilor economice obiective înseamnă, înainte de toate, *cunoașterea* lor și – mai ales – *organizarea activității practice în concordanță cu cerințele mecanismului lor de funcționare.*

Unitatea de curs 2 (cap. 2)

Sistemul economiei de piață

- Sinteză -

Activitatea economică

Scopul **activității umane** este satisfacerea nevoilor, a trebuințelor indivizilor. Realizarea acestui deziderat este posibil, în cea mai mare parte, prin intermediul bunurilor create în activitatea economică.

Activitatea economică reprezintă un subsistem, o componentă a activității umane, alături de cea politică, culturală, religioasă, educativă, etc. care are ca obiectiv producerea de bunuri economice. Desfășurarea activității economice în lumea de azi presupune existența unor **piețe** (cum ar fi: a bunurilor de consum, a factorilor de producție, a capitalurilor și valutare) precum și a unor **actori sau agenți economici**. Agenții economici pot fi clasificați după funcția lor principală și natura resurselor pe care le utilizează: **gospodăriile, întreprinderile, administrațiile publice, instituțiile financiare, organisme/asociații cu scop non-lucrativ.**

Nevoi, trebuințe și resurse

În analiza și caracterizarea activităților economice, ca formă specifică de acțiune, punctul de plecare îl constituie omul și trebuințele sale. În sensul cel mai general **nevoile** reprezintă **cerințe obiective ale vieții umane, ale existenței și**

dezvoltării purtătorilor lor – indivizii, grupurile sociale, statele, națiunile, societatea în ansamblul ei.

O deosebită importanță a reprezintă modalitatea de clasificare a nevoilor. În virtutea acestui demers se iau în considerare o serie întreagă de criterii, și anume: - după **natura lor** atunci vom avea: nevoi somatice (biologice, organice), materiale, spirituale, sociale și nevoi de altă natură: economice, juridice, etc; - după **subiecți**, după nivelul la care se manifestă există: nevoi individuale, de grup, generale; - după **aria de manifestare** nevoile se împart în: nevoi locale, regionale, naționale, multinaționale și mondiale; - după posibilitatea satisfacerii nevoilor atunci ne confruntăm cu: nevoi solvabile, parțial solvabile și insolubile.

Trăsăturile **comune**, ale trebuințelor în general, sunt: *caracterul obiectiv, purtătorii, caracterul istoric, dinamism, elasticitate diferită, concurențialitate și complementaritate.*

Trăsăturile **proprii**, specifice trebuințelor economice se referă la următoarele aspecte: sunt forme de manifestare a necesităților economice; câmpul de manifestare al acestui tip de trebuințe este economia; ocupă un loc aparte și îndeplinesc un rol specific în cadrul economiei și al societății omenești.

Una din problemele majore ale teoriei și practicii economice, și nu numai a lor, este fără îndoială problema **intereselor economice**. Acestea **reprezintă forme de manifestare a trebuințelor economice**.

Subiecții și purtătorii intereselor economice sunt tot indivizii, diferitele micro, macro și alte comunități umane și structurile lor instituționalizate.

Interesele economice ocupă un **loc aparte** în cadrul vieții economico-sociale și îndeplinesc **un rol deosebit de activ** în cadrul acesteia. Interesele îndeplinesc **rolul de impuls nemijlocit, de forță motrice nemijlocită și de cauză principală imediată** a activității economico-sociale, a muncii, a producției sociale.

Curba posibilităților de producție

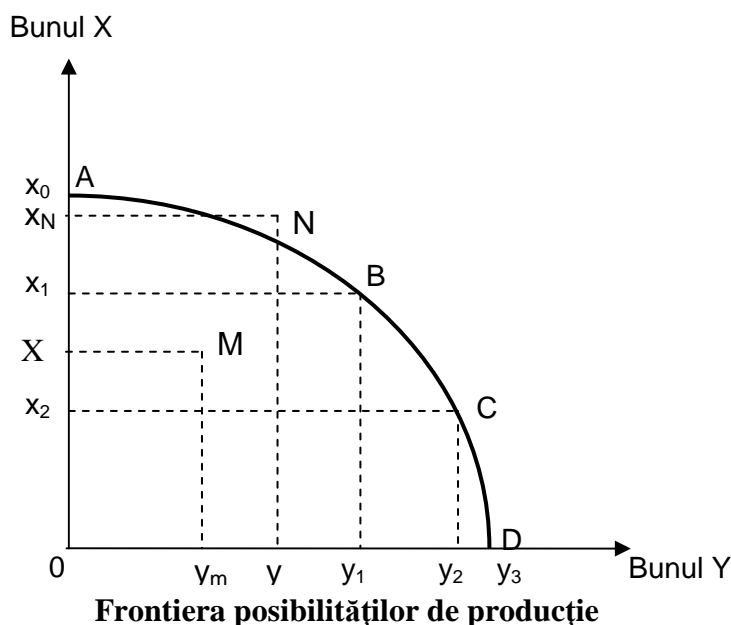
Legea rarității resurselor constă în aceea că *volumul, structura și calitatea resurselor și a bunurilor se modifică mai încet decât volumul, structura și intensitatea trebuințelor*. Altfel spus, *resursele și bunurile sunt relativ limitate, rare, în comparație cu nevoile*.

Raritatea poate avea la bază cauze diverse: naturale, tehnice/tehnologice, economice, instituționale, religioase.

Data fiind cantitatea disponibilă (esențialmente limitată la o cantitate fixă) dintr-o anumită resursă și considerând că aceasta poate servi la producerea a două bunuri distincte (X și Y), **curba sau frontiera posibilităților de producție reflectă ansamblul cantităților maxime din cele două bunuri care ar putea fi produse**. Fiecare punct de pe această curbă reflectă o combinație între o anumită cantitate (x_i) din bunul X și a anumită cantitate (y_i) din bunul Y care pot fi produse cu volumul dat de resurse. Ea reflectă posibilitățile tehnice, tehnologiile de realizare a celor două produse.

Așa după cum se poate remarca din figura următoare, cu cantitatea limitată din resursa disponibilă se poate produce exclusiv unul sau altul din cele două bunuri (x_0 din X, în punctul A de pe curbă, respectiv y_0 din Y în punctul D), sau cantități mai mari sau mai mici din unul și din celălalt (de exemplu x_1 și y_1 corespunzătoare punctului B sau x_2 și y_2 , corespunzătoare punctului C).

Aceasta reflectă cantitățile maxime, cele aferente celei mai eficiente utilizări a resurselor și, în același timp, cele ce presupun utilizarea integrală a cantității disponibile din resursa respectivă. Este de aceea posibil producerea unor cantități inferioare din bunurile respective, corespunzătoare oricărui punct din interiorul ariei OAD, (de exemplu x_m, y_m din punctul M) reflectând, după caz, neutilizarea integrală a resurselor disponibile sau/și neutilizarea acestora în condiții de maximă eficiență. Nu este posibilă, însă, din punct de vedere tehnic realizarea unei combinații (de exemplu x_n, y_n aferentă punctului N) din afara ariei menționate.



O modificare a posibilităților de producție apare atunci și numai atunci când are loc o modificare a volumului resurselor disponibile și/sau ca urmare a modificării (de regulă a perfecționării) tehnicilor, tehnologiilor de fabricație. Creșterea volumului de resurse disponibile (o “relaxare de rarități”) determină o creștere corespunzătoare a cantităților care pot fi realizate din fiecare bun, la fel după cum o scădere a acestora (“accentuarea” rarității) va avea un efect contrar.

Bunurile economice

Bunurile economice reprezintă o formă concretă a bunurilor în general. Acestea din urmă, sunt ***lucruri, obiecte etc. care au proprietatea de a satisface o trebuință umană și care sunt utile omului.*** Aceasta înseamnă că nu toate lucrurile, obiectele utile sunt bunuri economice. Aerul, lumina naturală, căldura solară, în anumite condiții și apa, reprezintă fără îndoială, valori de întrebuințare, elemente utile deoarece satisfac trebuințe și nu orice trebuințe ci trebuințe vitale, fundamentale ale omului, sunt deci bunuri, dar nu sunt bunuri economice.

Existența bunurilor economice presupune în general următoarele ***condiții:*** existența unei trebuințe umane reale; proprietatea obiectivă a lucrului, a obiectului de a satisface o trebuință sau alta, deci, de a fi utilă; conștientizarea de către om a însușirii respective; necesitatea unui efort, a suportării unui cost de producție pentru

obținerea bunului respectiv. Uneori această condiție este denumită raritate; disponibilitatea și accesibilitatea obținerii și utilizării bunului;

Din punctul de vedere al **funcției sociale**, bunurile economice sunt grupate în: a) bunuri de subzistență sau de consum și b) bunuri de producție, care se mai numesc bunuri de capital sau mijloace de producție;

Sub aspectul **realității fizice**, bunurile economice sunt grupate în: a) bunuri material-obiectuale și b) bunuri non-obiectuale;

Din punctul de vedere al **duratei de funcționare**, bunurile economice sunt grupate în: a) bunuri durabile (de folosință îndelungată) și b) bunuri nedurabile care se consumă integral în decursul unei singure întrebuințări. Bunurile care se consumă și dispar în decursul unei singure întrebuințări și pot fi înlocuite cu altele de aceeași calitate și în aceeași cantitate se numesc **bunuri fungibile**, iar celelalte - **bunuri nonfungibile**;

Dacă se ia drept criteriu de clasificare **data producerii** bunurilor economice, acestea sunt grupate în: a) bunuri vechi; b) bunuri noi și c) bunuri viitoare, care au doar o existență conceptuală (bunuri prognozate);

În concordanță cu criteriul **relațiilor reciproce**, dintre bunurile economice, ele sunt grupate în: a) bunuri alternative; b) bunuri pereche; c) bunuri simultane;

Din punct de vedere al **consumului** sau al **utilizării lor finale**, bunurile economice sunt clasificate în: a) bunuri complementare (consumul unui bun presupune și consumul altui bun); b) bunuri concurente (consumul unuia exclude consumul altuia);

Marfa

Primul și cel mai important element al economiei de schimb în general și al economiei capitaliste în special este *marfa* - care este produsă și vândută în deplină concordanță cu regulile pieței concurențiale. În cadrul acestui sistem vom privi schimbul ca procesul de *vânzare-cumpărare* a mărfurilor.

Marfa este caracterizată de o serie de însușiri:

- Este un *bun*, obținut în urma unei activități productive umane, care prin proprietățile sale satisface anumite trebuințe ale omului, indiferent de natura lor. Atributul de a satisface o trebuință reprezintă o condiție necesară pentru ca bunul respectiv să devină marfă, chiar și în acest context nu toate bunurile sunt mărfuri.
- Marfa este un *bun economic*, deoarece este creată de munca omenească. Trebuie avut în vedere faptul că nu orice bun economic este o marfă: doar acelea care sunt destinate procesului de schimb devin mărfuri cu o anumită utilitate socială. Bunurile economice destinate auto-consumului nu pot fi considerate mărfuri, tocmai din cauza faptului că nu sunt implicate în procesul de schimb.
- Cel mai important element în transformarea unui bun economic în marfă este dat de *schimb*, de faptul că trece de la producător la consumator prin intermediul procesului de vânzare-cumpărare.

Luând în considerare însușirile ce caracterizează un bun economic în procesul de devenire al acestuia *marfă*, vom încerca să definim acest ultim concept.

Marfa denumește orice bun economic care servește satisfacerii nevoilor oamenilor și / sau producției, supus procesului de vânzare-cumpărare prin tranzacții de piață și apt să satisfacă o trebuință socială reală.

Principalele *categorii de mărfuri* sunt:

- mărfuri corporale de consum personal: alimente, îmbrăcăminte, articole de igienă;
- mărfuri corporale de consum îndelungat: locuințe, mobilă, autoturisme;
- servicii și informații destinate consumului personal și / sau social: învățământ, sănătate, servicii de poștă, de transport;
- servicii, informații și bunuri corporale destinate activității economice: bunuri de capital fix și circulant, servicii de marketing, management, consultanță economică și tehnico-științifică;
- active monetare și financiare.

Vom spune că ***bunul economic marfă*** este unitatea organică a utilității și a valorii de schimb.

Teorii despre valoare

Istoria gândirii economice prezintă o amplă dispută în legătură cu valoarea bunurilor economice, cu determinarea și exprimarea acesteia.

Valoarea de întrebuințare este dată de utilitatea pe care o are un bun economic. Această utilitate este determinată tocmai de proprietățile fizice ale bunului respectiv, definindu-se în mod cantitativ. **Valoarea de schimb** apare ca un raport cantitativ, ca proporție în care valorile de întrebuințare dintr-o anumită marfă se schimbă cu valori de întrebuințare dintr-o marfă cu caracteristici diferite, raport care variază mereu în funcție de loc și timp. Ea reprezintă forma de exprimare a valorii.

Cunoscând expresia dublă pe care o are valoarea unui bun economic, vom aduce în discuție, câteva din cele mai importante orientări în exprimarea și definirea valorii: teoria obiectivă a valorii (teoria valorii-muncă); teoria subiectivă a valorii (teoria valorii-utilitate); teoria obiectiv-subiectivă (combinarea celor două teorii în una singură).

Economia de mărfuri

Activitatea economică, producția de bunuri, modul de satisfacere a trebuințelor a cunoscut – în procesul evoluției sale istorice – două *forme principale de organizare socială* a producției: economia *naturală* și economia *de schimb (de piață sau de mărfuri)*.

Economia naturală este acea *formă de organizare a activității economice în care fiecare producător (individual sau colectiv) realizează întreaga gamă de bunuri de care are nevoie pentru satisfacerea trebuințelor sale (sau în orice caz, majoritatea covârșitoare a acestora), astfel încât schimbul nu este necesar.*

Economia de mărfuri reprezintă *aceea formă de organizare socială a activității economice în care producătorii independenți se specializează fiecare în confecționarea unui anumit bun (sau un număr extrem de redus de bunuri), astfel încât, pentru satisfacerea trebuințelor individuale, aceștia trebuie să schimbe între ei produsele create.*

Economia de schimb se caracterizează prin următoarele ***trăsături***:

- este o economie deschisă, orientată spre piață (de aceea se mai numește și *economie de piață*)

- schimbul (comerțul) este generalizat, producătorul și consumatorul bunurilor sunt ca regulă generală) persoane diferite (de aici denumirea de *economie de schimb*)
- scopul producției este schimbul pe piață și, ca urmare, rezultatele activității nu sunt bunuri economice în general ci mărfuri (de aici denumirea de *economie de mărfuri*)
- resursele și activitatea economică este concentrată în unități de dimensiuni mari și în continuă expansiune (fabrica este unitatea de referință cel puțin în marea producție industrială)
- resursele folosite sunt preponderent neregenerabile (în principal combustibilii fosili: cărbune, țiței și gaze naturale, dar și minereurile)
- se întemeiază pe existența diviziunii sociale a muncii (în continuă dezvoltare și adâncire)

În procesul dezvoltării sale istorice economia de schimb a cunoscut două faze (etape) și anume: *producția simplă de mărfuri*, caracterizată prin faptul că bunurile (mărfurile) sunt realizate de către producătorii individuali exclusiv pe seama forței de muncă din propria gospodărie, și mai apoi, *producția de mărfuri dezvoltată*, întemeiată în principal de munca salariată, dar și pe atragerea de capital de la terți.

Piața: concept, tipologie

Definirea pieței nu este o sarcină ușoară, datorită existenței și confruntării mai multor puncte de vedere, referitoare atât la conceptul de piață, cât și la realitatea economică pe care el o acoperă și o reflectă. Din această cauză, prezentăm câteva repere parțiale care compuse vor oferi o imagine apropiată de realitate. În primul rând, piața este un *spațiu economico-geografic*, adică locul în care agenții economici acționează și își desfășoară activitatea. Piața devine *locul de manifestare și de întâlnire a cererii cu oferta*; aici are loc compararea, măsurarea, confruntarea mărfurilor din punct de vedere calitativ și structural. Piața este *locul de formare a prețului*. După această etapă, agenții economici se transformă în vânzători, respectiv cumpărători. Piața devine, deci, *locul de întâlnire* al acestora din urmă, precum și *locul de încheiere a tranzacțiilor economice*, (locul de desfășurare a schimbului, a actelor de vânzare-cumpărare care au ca obiect *marfa*). Piața este și *locul de manifestare a concurenței*, care joacă rolul de regulator. Nu în ultimul rând, piața este o adevărată *instituție economică*, creată din relațiile de conlucrare dintre oameni.

Sintetizând cele anterioare, putem spune că *pieța* ar cuprinde toată gama de acțiuni, mijloace și pârghii prin care cumpărătorii și vânzătorii intră în contact pentru a schimba bunuri, servicii și/sau informații, indiferent de locul în care se desfășoară tranzacțiile. Piața reprezintă un ansamblu coerent, un sistem de relații de vânzare-cumpărare între agenții economici, care sunt pe de o parte legați prin legături de interdependență și, pe de altă parte, de află în raporturi de opoziție, fiecare urmărind propriul interes (relații de concurență).

Poate fi realizată o clasificare a pieței după următoarele criterii:

- după **spațiul economico-geografic** de desfășurare a tranzacțiilor, distingem: piețe *locale* și *regionale*: acestea cuprind totalitatea tranzacțiilor realizate pe o arie restrânsă, cum ar fi o localitate, zonă sau regiune; piețe *naționale*: care se referă la ansamblul tranzacțiilor realizate în interiorul granițelor unei țări; ele au luat naștere

în urma unirii și integrării treptate a piețelor locale, în perioada de formare a statelor naționale, respectiv, a economiilor naționale; piețe *internaționale*, *culminând cu piața mondială*: au în vedere tranzacțiile dintre țări ca urmare a apariției și dezvoltării diviziunii internaționale a muncii. Un caz particular îl constituie fostă Piață Comună, actualmente piața Uniunii Europene.

- după **natura bunurilor** care fac obiectul tranzacțiilor, întâlnim: piața *resurselor și factorilor de producție*, care cuprinde piețele *muncii, pământului și capitalului* (la rândul ei, aceasta din urmă fiind compusă din: piața *capitalului fizic*, a *capitalului financiar*, a *creditului bancar* și cea *valutară*); piața *bunurilor finale*, care se referă la piața *mărfurilor cu existență fizică*, la cea a *serviciilor* și la cea a *informațiilor*.

- după **forma de concurență** care se manifestă, există: piață cu *concurență perfectă* sau *cvasiperfectă*; piață cu *concurență imperfectă*; piață cu *concurență de tip monopol* sau *cvasimonopol*.

- după **gradul de informare** a agenților economici, întâlnim: piețe *opace*, pe care agenții economicii dispun de informații reduse, superficiale și/sau izolate; piețe *transparente*, pe care agenții economici sunt permanent și/sau perfect informați asupra mecanismului și variabilelor pieței.

- după **modul de acces** pe piață, remarcăm: piețe *libere*, în situația în care intrarea sau ieșirea de pe piață a agenților economici se realizează liber, fără bariere; piețe *reglementate*, în cazul în care accesul agenților economici, mai ales al ofertanților, este permis numai după îndeplinirea unor criterii sau condiții - cum ar fi deținerea unei licențe sau diplome autorizate pentru a realizate anumite activități economice; piețe *intermediare*, pe care accesul este permis numai pentru anumite categorii de persoane, abilitate și expres autorizate - cum sunt brokerii și dealerii.

În concluzie, piața este locul de întâlnire a dorințelor consumatorilor, purtători ai cererii - cu cele ale producătorilor, purtători ai ofertei. În urma confruntării acestora, se formează, în condiții ce vor fi definite ulterior, prețul bunurilor - iar în funcție de acesta se vor desfășura, apoi, tranzacțiile propriu-zise.

REZUMAT

Atunci când timpul și resursele pentru atingerea scopurilor sunt limitate și susceptibile de utilizări alternative iar scopurile pot fi diferențiate între ele în ordinea importanței, comportamentul uman îmbracă în mod necesar forma alegerii.

Știința economică este *știința care studiază comportamentul uman ca pe o relație dintre scopuri și mijloace limitate ce au și utilizări alternative*, sau într-o altă formulare, obiectul științei economice îl reprezintă *modul de administrare (gestionare) a unor resurse rare și cu întrebuințări alternative în vederea asigurării satisfacerii cât mai bune a unor trebuințe tot mai numeroase și diversificate*.

Știința economică elaborează *teorii economice*, constituite dintr-un ansamblu de idei, concepții abstracte aplicabile la un domeniu particular. Aceste teorii stau la *baza deciziilor* în domeniul economic, care se concretizează în *politici economice* în diferite domenii ca de exemplu: financiar, industrial, etc. Prin intermediul politicilor economice se iau decizii în legătură cu alocarea resurselor, alegerea variantelor optime etc., astfel încât trebuințele să fie cât mai bine satisfăcute.

Teoria economică înțelege prin legi economice legăturile esențiale necesare, generale, trainice și stabile ce sunt imanente esenței fenomenelor, relațiilor economice sau se statornicesc între acestea. Legile economice aparțin existenței economico - sociale. Ele guvernează mișcarea economică, funcționarea și progresul economiei acționând independent de voința, conștiința și intențiile oamenilor.

Descoperirea și cunoașterea cât de cât cuprinzătoare a legilor economice sunt operațiuni complexe și dificile. Ele se bazează pe anumite premise istorice și teoretico-metodologice.

Motivația este centrul vital al activității economice. Motivația se grefează pe trebuințe (economice, în cazul nostru), izvorăște din trebuințe, acestea fiind substratul causal al celor mai diferite activități și comportamente umane.

Trebuințele pot fi clasificate după mai multe criterii, fiecare din grupările prezentate mai sus își au importanța lor proprie, determinând particularități în stabilirea priorităților și obiectivelor urmărite de oameni în activitatea lor, ca și în procesul de formare a cererii pentru diferitele categorii de resurse și bunuri economice.

TESTE PENTRU AUTOEVALUARE

1. Din punct de vedere etimologic, termenul de “Economie politică” provine din următoarele cuvinte: a) oiko; b) nomos; c) politeia; d) polis; e) oikos.
2. Care a fost conținutul acestei științe în concepția primilor oameni de știință: a) studiul vieții sociale; b) conducerea activității economice; c) administrarea casei; d) studiul filozofiei; e) munca sclavilor.
3. Cum definește Economia politică P. A. Samuelson: a) știința bogățiilor; b) studiul societății; c) studiază modul în care societatea folosește resursele limitate pentru a produce bunuri; d) maniera în care se formează, se distribuie și se consumă bogățiile; e) studiul legilor economice; f) arta de a obține maximum de la viață.
4. Ce reprezintă o lege economică: a) o reglementare juridică; b) o lege elaborată în Parlament; c) o lege care trebuie aplicată în activitatea economică; d) toate răspunsurile sunt greșite.
5. Care sunt trăsăturile comune legilor economice: a) o relație probabilistică; b) sunt legi care guvernează activitatea economică; c) exprimă o legătură; d) câmpul de acțiune al acestor legi este economia; e) se exprimă ca medie a unor abateri permanente; f) exprimă caracteristici esențiale.
6. Care sunt trăsăturile specifice legilor economice: a) exprimă o legătură generală; b) caracterul ascendent mai accentuat; c) își modifică forma; d) câmpul de acțiune al acestor legi este economia; e) exprimă o legătură trainică.
7. În funcție de durata lor, legile economice se pot clasifica în următoarele categorii: a) legi de dezvoltare; b) legi care acționează la nivel microeconomic; c) legi care acționează pe perioadă scurtă de timp; d) legi specifice unui sistem economic; e) legi care acționează pe parcursul unui secol.
8. După rolul lor în mișcarea economică, legile economice se clasifică în: a) legi care acționează la nivelul agenților economici; b) legi comune mai multor sisteme economice; c) legi funcționale; d) legi care acționează la nivelul economiei naționale; e) legi structurale.

9. Care sunt trăsăturile comune ale trebuințelor: a) elasticitatea diferită; b) sunt forme de manifestare a le necesităților oamenilor; c) caracterul istoric; d) câmpul de manifestare este economia.

10. Care sunt legitățile formării și dezvoltării trebuințelor: a) creșterea intensității trebuințelor; b) legea complementarității trebuințelor; c) legea elasticității trebuințelor; d) legea diminuării volumului de nevoi.

11. Cum se explica caracterul continuu al satisfacerii trebuințelor (ca legate a acestora): a) o nevoie satisfăcută generează noi nevoi; b) diferite nevoi cresc în proporții diferite; c) chiar dacă o nevoie este satisfăcută, apare mai devreme sau mai târziu aceeași cerință; d) are loc o descreștere a trebuințelor pe măsura satisfacerii lor.

12. Trebuințele sunt influențate de: a) factori istorici; b) factori naturali; c) factori sociali; d) tradiții; e) gradul de dezvoltare a societății și a individului.

13. Care sunt componentele activității economice: a) numai activitatea de producere a bunurilor economice; b) schimbul; c) activitatea din justiție; d) activități sportive; e) repartiția.

14. Clasificați activitatea economică în funcție de modul de constituire: a) preponderent fizice; b) fizice; c) sociale; d) intelectuale; e) preponderent intelectuale; f) biologice; g) complexe.

15. În ce categorii se clasifică agenții economici în funcție de rolul lor în activitatea economică: a) agenți economici naționali; b) ministere; c) instituții; d) restul lumii; e) administrații private; f) societăți de nonprofit; g) baze sportive.

16. Cum se clasifică bunurile după legătura dintre ele: a) efective; b) noi; c) potențiale; d) alternative; e) nonfungibile; f) curente.

17. Clasificați sistemele economice după nivelul la care se realizează activitatea economică: a) centralizate; b) naționale; c) funcționale; d) urbane; e) descentralizate; f) internaționale; g) nefuncționale.

18. Care sunt elementele care asigură funcționalitatea economiei de piață: a) intervenția statului; b) interesele personale; c) proprietatea asupra bunurilor, în cadrul căreia domina proprietatea privată; d) acțiunile agenților economici se bazează pe criterii de raționalitate economică; e) libertatea de acțiune a agenților economici.

RECOMANDĂRI BIBLIOGRAFICE:

1. Abraham – Frois, Gilbert, *Economie politică*, Ed.Humanitas, București, 1994, p. 440 – 448.

2. Constantinescu, N.N., *Probleme ale metodologiei de cercetare în știința economică*, Editura Economică, București, 1998, în special paginile 52-68;

3. Ghișoiu, M; Cocioc, P., *Economie generală*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj – Napoca, 1999, p.6 – 33.

4. Hayek, F. A., *Tipuri de ordine în societate*, (II), în *Alternative*, numărul 21-22,1990

5. Lipsey R.; Chrystal, K Alec, *Economia pozitivă*, Ed. Economică, București, 1999, p.55 – 61.

6. Negucioiu, Aurel (coordonator), *Economie politică*, vol.1, Editura George Barițiu, Cluj-Napoca, 1998, p. 50-98, p. 126-175.

7. Popescu, Gheorghe, *Evoluția gândirii economice*, Ed.George Barițiu, Cluj – Napoca, 2000, p.48 – 50.

8. Popper, Karl R., *Mizeria Istoriismului*, Ed. All, p. 75-93,19.
9. Pohoată, Ion, *Paradigme de gândire. Introducere în epistologia economică*, Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 1994, p. 101-137.
10. Raboacă, Gheorghe, Dumitru Ciucur, *Metodologia cercetării științifice economice*, Editura Fundația României de mâine, București, 2001, p. 33-36, 124-175.
11. Samuelson, P.; Nordhaus, W.D., *Economie politică*, Ed. Teora, București, 2000, p. 21 – 35.
12. Smith, Adam, *Avuția națiunilor*, vol.1, Editura Academiei RPR, București, 1962, p. 13-14, 305.

Modulul II

TEORIA CONSUMATORULUI

CONCEPTE DE BAZĂ:

- Capitolul 1 (*Unitatea de curs 1*): *Comportamentul consumatorului*: Teoria cardinală și ordinală a utilității, Utilitate individuală, totală și marginală, Curbe de indiferență, Rată marginală de substituție, Dreaptă a bugetului, Echilibrul consumatorului, Bunuri Giffen, Efect de venit și efect de substituție.
- Capitolul 2 (*Unitatea de curs 2*): *Cererea*: Cerere individuală și totală, Funcția cererii, Elasticitatea cererii în funcție de preț, Elasticitate încrucișată, Elasticitatea cererii în funcție de venit.

OBIECTIVE URMĂRITE:

- 1) Să explice diferența dintre conceptele de utilitate totală și marginală;
- 2) Să prezinte legea utilității marginale descrescânde și rolul ei în determinarea curbei cererii individuale;
- 3) Să explice utilizând conceptul de utilitate marginală motivul pentru care bunurile care se găsesc în abundență au un preț ridicat iar bunurile care sunt deficitare vor avea un preț ridicat (paradoxul valorii);
- 4) Să prezinte modul de determinare a surplusului consumatorului în cazul unui bun achiziționat de pe piață;
- 5) Să explice motivul pantei negative a curbei cererii consumatorului pentru bunurile normale;
- 6) Să explice modul de cheltuire al banilor al unui consumator rațional între mai multe produse (echilibrul consumatorului);
- 7) Să explice de ce în momentul în care selectarea bunurilor de către un consumator rațional a fost făcută utilitățile marginale ale bunurilor selectate raportate la prețurile lor sunt egale;
- 8) Să explice de ce în deciziile obișnuite de fiecare zi, utilitatea marginală este mai importantă decât utilitatea totală folosind ca exemplu cererea pentru un aliment oarecare;
- 9) Să utilizeze conceptul de utilitate marginală în predicțiile asupra elasticității cererii în funcție de preț al unui bun;
- 10) Să definească cererea, să arate care este deosebirea între “cerere” și “necesitate” și să ilustreze această diferență prin cererea din România și o țară dezvoltată;
- 11) Să prezinte metodele de măsurare a elasticității cererii și ofertei în funcție de preț la modificarea variabilelor care le determină;
- 12) Să identifice factorii determinanți ai elasticității cererii în funcție de preț al unui bun.

RECOMANDĂRI PRIVIND STUDIUL:

- Ciobanu, Gheorghe (coord.), **Microeconomie, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2007**
- Bibliografia indicată în Silabus;
- Alte surse bibliografice indicate în urma discuțiilor cu tutorii;
- Discuții și analize realizate împreună cu tutorii, pe marginea temelor indicate spre studiu (comportamentul consumatorului, piața, concurența);
- Studii de caz;
- Lucrări practice;
- Rezolvări de probleme (tipuri de probleme pe teme: comportamentul consumatorului, cerere);
- Răspunsuri la întrebări teoretice tip grilă.

REZULTATE AȘTEPTATE:

Modulul de față își propune să analizeze o serie de elemente proprii microeconomiei. Ca atare, prin studierea modului „Teoria consumatorului” studentul vine în contact, în primul rând, cu o serie de probleme cardinale ale comportamentului consumatorului cum sunt: teorii despre utilitate, restricția bugetară, curbe de indiferență. Pe baza cărora se vor putea determina cantitățile din două bunuri ce îi voi conferi individului cea mai mare utilitate posibilă în condițiile bugetului dat. Analizând modul în care are loc modificări ale echilibrului consumatorului, la variații ale prețului unui bun, se va putea introduce noțiunea de *cerere*. Studentul va fi în măsură să definească acest concept, factorii care influențează cererea și să distingă între diversele tipuri de cerere. Astfel, după ce în cadrul primului modul, s-a familiarizat cu noțiunea de *pieță*, acum va analiza unul dintre elementele definitorii ale acesteia și anume *cererea*.

UNITATEA DE CURS 1 (CAP. 1)

Comportamentul consumatorului

- Sintează -

Teoria cardinală și teoria ordinală a utilității

Microeconomia are rolul de a explica *principiile* care stau la baza alegerii consumatorului. În același timp, teoria economică explică *modul în care indivizii fac o asemenea alegere între diferite bunuri încât să obțină o satisfacție maximă* în urma consumării produselor achiziționate cu venitul de care dispun.

Teoria consumatorului nu este decât un model care nu poate reproduce cu exactitate realitatea. Nici un cumpărător nu va aplica teoria legată de optimul consumatorului, așa cum este descrisă în acest capitol. Cu toate acestea, *orice individ va decide asupra bunurilor pe care le va cumpăra, în funcție de constrângerea bugetară și va acționa astfel încât prin consumul acestor bunuri să obțină o satisfacție maximă.*

Termenul de utilitate provine de la cuvântul latinesc “*uti*” care înseamnă “*a folosi*” și care s-a transformat în “*utilitas*” sau “*utilitate*” primind sensul de

capacitate a unui bun de a aduce satisfacție sau bucurie. Conceptul a fost preluat de la filosoful **Jeremy Bentham** (1748-1831) care definea **utilitatea** ca o « *proprietate a unui obiect de a produce plăcere sau fericire ori de a preveni durerea, răul sau nefericirea* ». El considera că la baza întregii legislații trebuie să stea principiul utilității adică promovarea « fericirii absolute a majorității »

I. Teoria clasică a utilității face o legătură între proprietățile unui bun și trebuințele individului. Astfel, un bun oarecare, pe baza proprietăților sale, va avea aceeași utilitate, care se poate măsura printr-un număr, indiferent de consumator și preferințele acestuia. Conform acestei teorii, utilitatea totală a unui bun oarecare, se poate calcula ca un produs între utilitatea aceluși bun, exprimată printr-un număr și, respectiv, numărul de unități consumate.

II. Teoria cardinală a utilității a fost elaborată de **reprezentanții marginalismului** care au arătat că fiecare individ apreciază utilitatea în funcție de prețuirea pe care o acordă unui bun. Astfel, ei au considerat că orice consumator știe cu precizie ce utilitate obține în urma consumului unui bun oarecare. Pe baza acestei teorii, ei au explicat că fiecărui nivel de utilitate i se poate acorda câte un număr, ceea ce înseamnă că **utilitatea poate fi măsurată cardinal**.

III. Teoria ordinală a utilității propune ca utilitatea să nu fie măsurată cardinal deoarece aprecierea utilității are un caracter individual și subiectiv. Pentru a pune în evidență preferințele consumatorilor pentru diferite bunuri, este necesară ordonarea acestor preferințe, ierarhizarea lor. Se consideră că fiecare consumator rațional face o ierarhie a produselor pe care le consumă într-o altă ordine, după propriile preferințe, care pot fi diferite față de ale unui alt consumator.

Utilitatea individuală, totală și marginală

Prin **utilitate** se înțelege satisfacția resimțită de un individ în urma consumării unei anumite cantități dintr-un bun sau mai multe bunuri.

Utilitatea totală (U_T) rezultă din satisfacția dobândită prin consumarea tuturor unităților dintr-un bun care se pot cumpăra, la un moment dat, cu ajutorul bugetului de care dispune un individ. Ea este crescătoare, odată cu sporirea volumului de bunuri consumate. Astfel, dacă x_1, x_2, \dots, x_n , reprezintă cantitățile consumate dintr-un anumit bun, **funcția utilității** se poate scrie: $U_T = f(x_i)$.

Pentru a determina utilitatea totală este nevoie să cunoaștem conceptul de **utilitate individuală** (U_i) care reflectă satisfacția pe care o aduce unu individ, bine definit consumul unei singure unități dintr-un bun.

Cunoscând utilitatea individuală, se poate determina **utilitatea totală** prin însumarea utilităților individuale: $U_T = \sum U_i$.

Dacă avem în vedere separat **utilitatea fiecărei unități consumate dintr-un anumit bun**, ea este diferită de la o unitate la alta. Mai mult, **are loc o descreștere a utilității fiecărei noi unități consumate**, deci a utilității marginale.

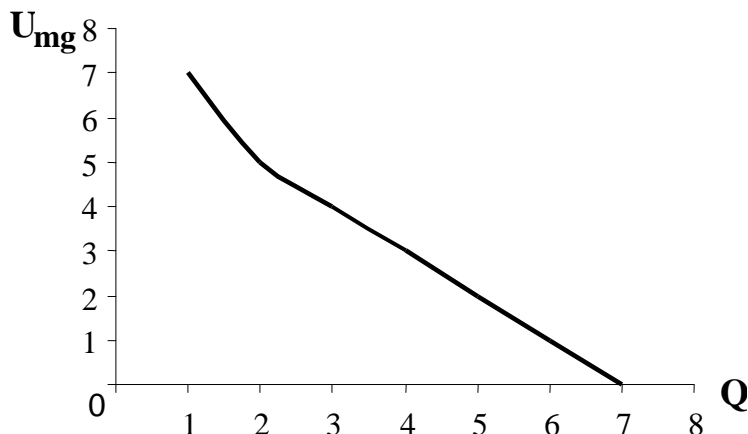
Prin **utilitate marginală** se înțelege sporul de utilitate care rezultă din consumarea ultimei unități dintr-un anumit bun.

Utilitatea marginală depinde de **intensitatea nevoii unui individ** și de **răritatea bunului**. Prin urmare, **utilitatea marginală a unui bun este mai mare dacă satisface o nevoie cu un grad mai înalt de intensitate și dacă este un bun mai puțin abundent**.

Invers, dacă un bun satisface o nevoie mai puțin intensă și dacă este mai abundent, utilitatea marginală este mai mică.

Dacă considerăm că utilitatea este o funcție de o singură variabilă, deci $U = U(x)$, x fiind cantitatea consumată dintr-un produs, utilitatea marginală U_{mg} se poate calcula astfel: $U_{mg} = \frac{\Delta U}{\Delta X}$ sau: $U_{mg} = \frac{dU}{dx}$.

Utilitatea marginală este întotdeauna **pozitivă** dar **descrescătoare** în raport cu utilitatea unităților anterior consumate.



Curba utilității marginale

Această evoluție a utilității marginale se datorează legii utilității marginale descrescătoare, care are la bază fenomenul de satisfacție sau saturare care se produce pe măsura creșterii cantității consumate dintr-un bun oarecare până în momentul în care acesta este respins, iar consumul se oprește.

O funcție de utilitate reflectă un mod de a atribui o valoare diferitelor coșuri de bunuri de consum, astfel încât cele mai dezirabile vor obține valori superioare față de cele mai puțin dezirabile. Aceasta înseamnă că funcția de utilitate va face un clasament al bunurilor. Utilitatea marginală depinde de utilitatea totală care însă are rolul de a exprima ordinea preferințelor.

Curbele de indiferență

Curbele de indiferență măsoară preferințele consumatorului, pe când **utilitatea** este o măsură abstractă a satisfacției obținute de un consumator în urma folosirii unei combinații de bunuri alese.

O curbă de indiferență, sau **de izoutilitate reprezintă totalitatea combinațiilor din două bunuri, care aduc aceeași utilitate consumatorului.**

O curbă de indiferență mai poate fi definită ca *locul geometric al punctelor ale căror coordonate desemnează combinații diferite între două bunuri a căror utilitate este identică.*

Considerăm că un consumator își cheltuiește integral bugetul cumpărând două produse X și Y, în diferite cantități. Ansamblul combinațiilor dintre diferitele cantități care pot fi cumpărate din produsele X și Y și care aduc consumatorului aceeași utilitate pot fi redată grafic cu ajutorul unei curbe de indiferență.

Dacă un consumator dispune de un buget mai mare, el poate cumpăra o cantitate mai mare din ambele produse și va obține un nivel mai înalt de utilitate, ceea ce presupune trecerea pe o altă curbă de indiferență. Cu cât venitul este mai mare, cu atât consumatorul se va situa pe o curbă de indiferență care indică un nivel mai înalt de utilitate. Se formează, în acest fel, **o familie de curbe de indiferență sau o hartă a curbelor de indiferență**.

Trăsăturile curbelor de indiferență (de izoutilitate)

1. Curbele de indiferență au *caracter monoton (continuu)*, pentru că variația cantității de bunuri participante la combinație poate fi infinitezimală, concretizându-se în puncte foarte apropiate pe grafic.

2. În principiu, *curbele de izoutilitate au înclinație descendentă (direcția NV – SE)*. Demonstrația se bazează pe faptul că, deoarece nivelul satisfacției rămâne constant pe o aceeași curbă, renunțarea la o anumită cantitate dintr-un bun se compensează cu o cantitate adițională din celălalt.

3. *Două curbe de indiferență nu se intersectează.*

4. Curbele de izoutilitate *sunt convexe în raport cu originea*. Situația reflectă descreșterea – pe traseul descendent al fiecărei asemenea curbe – a ratei marginale de substituție între cele două bunuri X și Y, din care se consumă cantitățile x și y.

Rata marginală de substituție

Rata marginală de substituție între două bunuri Y și X (notată cu $RMS_{Y/X}$ și înțeleasă drept *rata marginală de substituție a bunului Y prin bunul X*) reprezintă cantitatea din bunul Y la care consumatorul poate renunța în schimbul achiziției unei unități suplimentare din bunul X, astfel încât *utilitatea resimțită de subiectul economic să rămână neschimbată (în condițiile conservării satisfacției consumatorului)*:

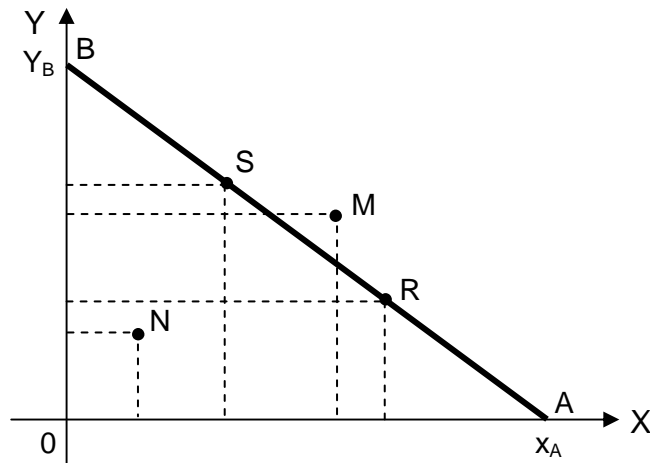
$$RMS_{Y/X} = -\frac{dy}{dx} = -\frac{\frac{\partial U_T}{\partial x}}{\frac{\partial U}{\partial y}} = \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}}$$

Linia bugetului și optimul de consum

În adoptarea deciziilor sale, individul *rațional*, dornic să-și maximizeze efectele utile ale consumului de mărfuri, trebuie să ia în considerare două *constrângeri economice: venitul (bugetul) disponibil și prețul bunurilor consumate*.

Dreapta bugetului semnifică, de fapt, *linia posibilităților maxime de consum* (demarcația dintre opțiunile *accesibile* și cele *imposibile*). Fiecare punct al ei reprezintă o combinație a cantităților maxime ce pot fi achiziționate din bunurile X și Y, în condițiile utilizării venitului disponibil pentru consum. Dreapta bugetului are

pantă negativă $\left(-\frac{P_X}{P_Y}\right)$, întrucât la cumpărarea / consumul unei unități adiționale dintr-o marfă, trebuie să se renunțe, în condițiile amintite, la o anumită cantitate din celălalt (a se vedea conținutul *ratei marginale de substituție între bunuri* și faptul că mărimea RMS scade de la stânga spre dreapta, pe lungimea dreptei bugetului).



Dreapta (linia) bugetului

Optimul de consum denumește, așadar, situația în care cumpărătorul își maximizează utilitatea totală, în condițiile constrângerilor existente, atât din partea venitului disponibil, cât și prin prisma prețurilor mărfurilor.

Individul rațional va face alegerea optimă rezolvând următorul sistem de ecuații (denotând consumul a “x” unități din bunul X și a “y” unități din bunul Y):

$$\begin{cases} V = x \cdot P_X + y \cdot P_Y \\ \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{P_X}{P_Y} \end{cases}$$

Aplicație: Venitul disponibil al unui consumator este $V = 300.000$ lei. Cu această sumă, persoana în cauză dorește să achiziționeze cantitățile “x”, respectiv “y”, din mărfurile X și Y, care au prețurile unitare $P_X = 20.000$ lei și $P_Y = 25.000$ lei. Restricțiile bugetare și de preț fiind precizate, vom determina *alegerea optimă a consumatorului*.

Dacă individul ar dori să cumpere, cu întregul venit V , doar bunul X (în cantitatea posibilă), ar putea achiziționa maxim $x_A = V / P_X$, adică 15 unități din X (punctul A în Fig. 3.8.); dacă el s-ar hotărî doar pentru bunul Y, ar cumpăra maxim $y_A = V / P_Y$, adică 12 unități din Y (punctul B, pe aceeași figură).

Față de datele problemei, precizăm că satisfacția consumatorului – decurgând din consumul fiecărei unități suplimentare din bunurile X și Y și comensurată sub forma utilităților marginale – apare în tabelul următor:

Numărul de unități consumate din bunurile X și Y și utilitățile lor marginale

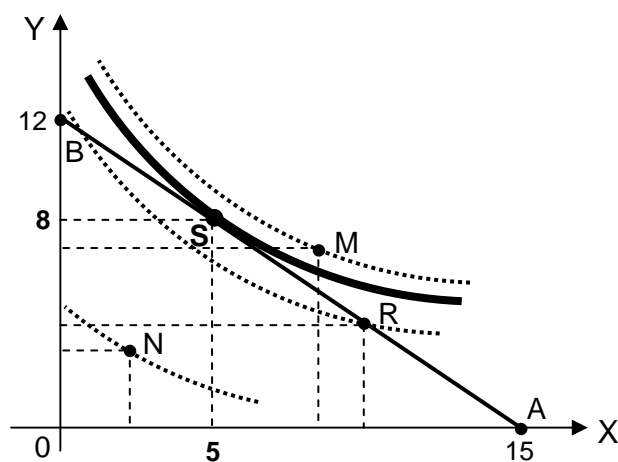
		Număr unități consumate (din marfa X, respectiv din marfa Y)														
U _{mg}		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
U _{mg} _X		80	40	26,6	20	16	13,3	11,4	10	8,8	8	7,2	6,6	6,15	5,7	5,3
U _{mg} _Y		160	80	53,3	40	32	26,6	22,8	20	17,7	16	14,5	13,3	12,3	11,4	10,6

$$\left\{ \begin{array}{l} V = x \cdot P_X + y \cdot P_Y \\ \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{P_X}{P_Y} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} 20 \cdot x + 25 \cdot y = 300 \\ \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{20.000}{25.000} \end{array} \right. \quad \left\{ \begin{array}{l} 4 \cdot x + 5 \cdot y = 30 \\ \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{4}{5} \end{array} \right.$$

În tabelul de mai sus, căutăm rapoartele de tip $\frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{4}{5}$ (egale cu raportul prețurilor mărfurilor X și Y). Singurul asemenea caz este, în această situație, cel în care, corespunzător unui număr de 5 unități din X, consumatorul achiziționează 8 unități din Y ($U_{mgX5} = 16$ și $U_{mgY8} = 20$). Soluția găsită ($x = 5$ unități; $y = 8$ unități) satisface ambele ecuații ale sistemului inițial de restricții, întrucât:

$$\left\{ \begin{array}{l} V = x \cdot P_X + y \cdot P_Y \\ \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{P_X}{P_Y} \end{array} \right. \quad \longleftrightarrow \quad \left\{ \begin{array}{l} 300.000 = 5 \cdot 20.000 + 8 \cdot 25.000 \\ \frac{16}{20} = \frac{20.000}{25.000} \end{array} \right.$$

În consecință, în problema dată, cumpărând și consumând 5 unități din bunul X și 8 unități din bunul Y, individul rațional va face *alegerea optimă*; altfel spus, situația respectivă va permite *atingerea optimului de consum (starea de echilibru înregistrată de consumator)*, reprezentat în figura de mai jos de punctul S.



Optimul de consum (caz particular)

În concluzie, în punctul de echilibru, respectiv de optim în privința consumului, raportul utilităților marginale ale lui X, respectiv Y, este egal cu raportul dintre prețurile lor unitare: $\frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{P_X}{P_Y}$ sau $\frac{U_{mgX}}{P_X} = \frac{U_{mgY}}{P_Y}$, iar

$$RMS_{Y/X} = -\frac{dy}{dx} = -\frac{\left. \frac{\partial U_T}{\partial x} \right|}{\left. \frac{\partial U_T}{\partial y} \right|} = \frac{U'_{TX}}{U'_{TY}} = \frac{U_{mgX}}{U_{mgY}} = \frac{P_X}{P_Y}$$

Efectul de venit și efectul de substituție

Cantitatea cerută dintr-un bun depinde de o serie de variabile, dintre care cele mai importante sunt *prețul produsului în cauză și venitul consumatorului*.

Atâta timp cât efectul de substituție este mai mare decât efectul de venit, o creștere a salariului mediu va antrena o creștere a orelor dedicate muncii. Dimpotrivă, atâta atunci când efectul de venit este mai mare decât efectul de substituție, va scădea timpul de muncă, în favoarea timpului liber.

UNITATEA DE CURS 2 (CAP. 2)

Cererea

- Sinteză -

Conceptul de cerere

Literatura de specialitate definește în mod distinct cererea și cantitatea cerută. Astfel, **cererea** este definită prin *cantitatea dintr-o anumită marfă, bun economic sau serviciu ce se poate cumpăra într-o perioadă de timp dată, la prețul pieței* (în fiecare moment la un nivel diferit). **Cantitatea cerută** reprezintă o cantitate determinată la un anumit moment, la un nivel dat al prețului, în condițiile în care celelalte elemente sunt menținute constante.

E de asemenea importantă distincția între tipul de preț utilizat în definirea și determinarea cererii. E vorba aici de prețul relativ, adică prețul unui bun comparat cu prețul altui bun sau combinație de bunuri și respectiv de prețul în expresie bănească. În definirea cererii, respectiv a legii acesteia, se utilizează prețurile relative.

Cererea se poate determina pe mai multe planuri. **În plan individual**, ea reprezintă *cantitatea dintr-un anumit bun economic ce se dorește a fi cumpărată în condiții date de loc și de preț de către un consumator*.

Cererea totală reprezintă întreaga cantitate cerută dintr-un bun și se formează prin însumarea cererilor individuale pentru bunul respectiv ale tuturor consumatorilor.

Din punct de vedere al obiectului ei, cererea poate fi: pentru factori de producție, situație în care mărimea cererii este determinată de randamentele

marginale ale factorilor; pentru bunuri tangibile (obiectuale); pentru bunuri intangibile (servicii, informații).

În reprezentare grafică cererea îmbracă forma unei curbe cu pantă negativă. Această caracteristică a curbei cererii se datorează relației inverse care există între cantitatea cerută dintr-un bun și prețul său unitar.

În același timp, curba cererii este dată de curba utilității marginale. Aceasta pentru că prețul pe care este dispus să-l plătească un consumator pentru fiecare unitate suplimentară va fi mai mic, deoarece, respectând Legea descreșterii utilității marginale, utilitatea pe care consumatorul o conferă fiecărei unități suplimentar consumate din bunul respectiv descrește pe măsură ce crește cantitatea consumată din respectivul bun.

Mărimea cererii este **determinată** de preț și de venit și *influențată* de o serie de factori de natură economică și extraeconomică dintre care amintim: - dimensiunea pieței; cu cât piața este mai restrânsă, cu atât cererea pentru produsul sau serviciul respectiv va fi mai mică; - puterea de cumpărare a celor ce formează cererea pentru un anumit produs; - preferința consumatorilor, moda, standardul de viață.; - anticipările consumatorilor privind evoluția prețurilor, a veniturilor, a conjuncturii economice de ansamblu sau a situației politico-economice; - existența sau inexistența bunurilor substituibile ; - gradul de substituibilitate; - modificările în nivelul prețurilor bunurilor substituibile; - existența bunurilor complementare și prețul acestora; - factorii de mediu: o perioadă ploioasă va determina creșterea cererii pentru umbrele, o zonă poluată va determina scăderea cererii din partea turiștilor pentru locuri de odihnă în zona respectivă etc; - obiceiurile, tradițiile, religia.

Exprimarea cantității cerute dintr-un bun în funcție de determinanții săi se realizează prin funcția cererii care îmbracă următoarea formă: $Q_n^C = C(P_n, P_1, \dots, P_{n-1}, V, A)$, unde: Q_n^C – cantitatea cerută dintr-un anumit produs; P_n – prețul produsului respectiv; P_1, \dots, P_{n-1} – prețul celorlalte produse; V – venitul consumatorilor; A – alți factori.

Relația preț-cantitate cerută este una de determinare inversă, în sensul că modificarea prețului pentru bunurile obișnuite generează o modificare în sens contrar a cantității cerute.

Excepția de la situația enunțată anterior o constituie *bunurile de tip Giffen* (a căror denumire provine de la Robert Giffen, cel care în urmă cu aproximativ un secol a observat că există un tip special de bunuri a căror cerere se modifică în același sens cu modificarea prețurilor). În această categorie se înscriu de regulă bunurile inferioare a căror cerere crește în condițiile creșterii generale a nivelului prețurilor. Exemplul dat de Giffen este cel al creșterii cererii pentru cartofi pe fondul creșterii generale a nivelului prețurilor. În această situație oamenii vor renunța la o anumită cantitate de carne (considerată drept bun superior în cadrul combinației cartofi-carne) și vor consuma mai mulți cartofi. Afirmatia de mai sus este adevărată atunci când creșterea prețurilor este acompaniată de menținerea constantă a nivelului veniturilor, sau de o scădere a acestora.

Tot ca o excepție, notăm și relația care se stabilește între prețul bunurilor și cantitatea cerută în cazul bunurilor de lux, în sensul că este posibil ca o creștere a prețului să genereze o creștere a cererii pentru bunul respectiv, ca urmare a unor influențe de natură comportamentală (oamenii vor dori să arate că își pot permite cumpărarea bunului respectiv, sau vor căuta să-i imite pe cei din jur care și-au

cumpărat și ei bunul respectiv). La fel ca în cazul bunurilor de tip Giffen, și în această situație, reprezentarea grafică a cererii se face printr-o curbă cu pantă crescătoare (asemănătoare cu cea a ofertei)

Dacă relația preț-cantitate cerută este una de determinare inversă, relația venit-cantitate cerută este una directă, în sensul că orice creștere a venitului generează o creștere a cantității cerute. Ca și în cazul relației preț-cantitate cerută, există excepțiile de rigoare: bunurile inferioare pentru care cantitatea cerută scade o dată cu creșterea veniturilor. Astfel, la o creștere a venitului consumatorii nu-și vor crește proporțional consumul de bunuri inferioare, ci vor opta pentru produse de o calitate superioară, care să le poată acoperi mai bine trebuințele sau care să răspundă unor cerințe de natură subiectiv socială mai ridicate.

Elasticitatea cererii

Pentru a evidenția modul cum reacționează cantitatea cerută la modificarea factorilor de influență se utilizează coeficienții de elasticitate.

Elasticitatea cererii în funcție de preț arată modul în care se modifică cererea pentru un bun atunci când are loc o modificare a prețului. Altfel spus, elasticitatea cererii în funcție de preț exprimă cu câte procente se modifică cererea pentru bunul în cauză atunci când are loc schimbarea cu 1% într-un sens sau altul a prețului său.

Elasticitatea cererii în funcție de preț se determină cu ajutorul coeficientului de elasticitate a cererii definit ca raport între modificarea relativă (procentuală) a cantității cerute și modificarea relativă (procentuală) a prețului.

Coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț notat cu E_{cp} se determină după următoarea formulă:
$$E_{cp} = \frac{-\Delta Q / \Delta P}{Q_0 / P_0} = -\frac{\Delta Q}{Q_0} / \frac{\Delta P}{P_0}$$
, unde: Q_0 = cantitatea cerută inițial, P_0 = prețul inițial al bunului, ΔQ = variația cantității cerute, ΔP = variația prețului bunului.

Cererea pentru bunuri se modifică în mod diferit la variația prețului. Astfel în funcție de mărimea coeficientului de elasticitate a cererii pentru bunul cumpărat E_{cp} se distinge următoarea tipologie a cererii:

1. Bunuri cu cerere elastică – sunt acele bunuri la care modificarea prețului cu un procent determină modificarea cantității cerute cu mai mult de un procent dar în sens opus (de exemplu creșterea prețului cu 1% determină scăderea cantității cerute cu mai mult de 1%); în condițiile în care volumul valoric al încasărilor totale (calculat ca produs între prețul unitar și cantitate) crește. Cererea cu elasticitate ridicată este caracteristică bunurilor pentru care există substituenți apropiați, cum sunt, spre exemplu untul și cu margarina etc. Pentru acest tip de bunuri coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț este supraunitar având o valoare cuprinsă între unu și infinit.

Un caz particular al bunurilor cu cerere elastică este cel al bunurilor cu cerere perfect elastică. Acestea sunt acele bunuri la care modificarea nesemnificativă a prețului unei mărfi generează o reacție a cererii care tinde spre infinit. Coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț tinde spre infinit. Un exemplu de bun cu elasticitate infinită este cererea pentru medicamente pe bază de iod în urma exploziei de la Cernobîl.

2. Bunuri cu cerere inelastică - sunt acele bunuri la care cererea crește cu mai puțin de un procent în condițiile scăderii prețului cu un procent; volumul valoric al vânzărilor totale scade. Pentru acest tip de bunuri coeficientul de elasticitate al cererii în funcție de preț este cuprins între zero și unu. În această categorie se încadrează bunurile care sunt esențiale pentru existența oamenilor și pentru care nu există substituenți disponibili (exemplu electricitate, asigurări medicale, transportul, încălțăminte).

Bunuri cu cerere perfect inelastică (elasticitate zero) reprezintă un caz particular al bunurilor cu elasticitate redusă - sunt acele bunuri la care modificarea într-un anumit sens (reducere sau mărire) a prețului unei mărfi determină o modificare minoră uneori chiar insesizabilă a cantității cerute. Coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț este egal cu zero. Cererea cu elasticitate zero se întâlnește în cazul produselor de strictă necesitate și mai mult în cazul bunurilor complementare indispensabile (în cazul pâinii spre exemplu).

3. Bunuri cu cerere de elasticitate unitară - sunt acele bunuri a căror cerere crește cu un procent în condițiile în care prețul scade cu un procent, volumul valoric al vânzărilor rămânând neschimbat. În această situație, valoarea coeficientului de elasticitate este unu. Acest tip de cerere este caracteristic bunurilor de folosință îndelungată achiziționate de gospodăria (obiecte de mobilier, aparate de uz casnic).

4. Bunuri cu cerere atipică - sunt bunuri inferioare de tip Giffen, dar și bunuri care se cumpără doar pentru satisfacerea vanității și snobismului. În cazul acestor bunuri creșterea prețului determină creșterea cantității cerute, respectiv scăderea prețului determină scăderea cererii. Coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț ia valoare mai mică decât zero. Exemplul dat este cel al creșterii cererii pentru cartofi pe fondul creșterii generale a prețului și a reducerii cererii pentru carne considerat un bun superior în acest exemplu.

Elasticitatea cererii în funcție de preț este influențată de:

- ponderea consumului în totalul veniturilor unei familii este mai mare cu atât elasticitatea cantității cerute față de preț este mai mare;
- gradul de substituibilitate (rata marginală de substituție). Cu cât acest grad este mai ridicat, cu atât elasticitatea cererii în funcție de preț este mai mare.

Între bunuri pot să se existe relații de substituibilitate, de complementaritate, dependență sau indiferență.

Elasticitatea încrucișată valabilă atât pentru cazul substituției cât și al complementarității dintre două bunuri arată variația relativă a cererii pentru un bun ca urmare variației relative a prețului unui alt bun, bunuri între care există o anumită relație. Se calculează prin intermediul coeficientului de elasticitate încrucișată a cererii notat cu E_i după următoarea formulă:

$$E_i = \frac{\Delta Q_X / \Delta P_Y}{Q_{X_0} / P_{Y_0}} = \frac{\Delta Q_X}{Q_{X_0}} \cdot \frac{\Delta P_Y}{P_{Y_0}} \text{ unde: } Q_{X_0} = \text{cantitatea cerută inițial din bunul X}$$

(substituibil), P_{Y_0} = prețul inițial al bunului Y (substituit), ΔQ_X = variația cantității cerute din bunul X, ΔP_Y = variația prețului bunului Y.

Valoarea coeficientului de elasticitate încrucișată a cererii ia valori pozitive atunci când bunurile sunt substituibile sau negativă atunci când bunurile sunt complementare.

Elasticitatea cererii în funcție de venit arată cu câte procente se modifică cererea pentru un bun, la schimbarea cu un procent a venitului disponibil al cumpărătorului.

Elasticitatea cererii în funcție de venit se determină cu ajutorul coeficientului de elasticitate a cererii definit ca raport între modificarea relativă (procentuală) a cantității cerute și modificarea relativă (procentuală) a venitului.

Coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de venit notat cu E_{cv} se determină după următoarea formulă: $E_{cv} = \frac{\Delta Q / \Delta V}{Q_0 / V_0} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \cdot \frac{V_0}{\Delta V}$, unde: Q_0 = cantitatea cerută inițial, V_0 = venitul inițial al cumpărătorului, ΔQ = variația cantității cerute, ΔV = variația venitului cumpărătorului.

REZUMAT

Scopul activității economice îl reprezintă producerea bunurilor necesare satisfacerii nevoilor, a trebuințelor indivizilor. În strânsă legătură cu consumul de bunuri apare termenul de utilitate.

Noțiunea de utilitate a fost preluată de economiști de la filozoful Jeremy Bentham, care i-a atribuit sensul de capacitate a bunurilor de a crea satisfacții.

Prin utilitate se înțelege satisfacția resimțită de un individ în urma consumării unei anumite cantități dintr-un bun sau mai multe bunuri. În general teoreticienii fac distincție între utilitatea totală și utilitatea marginală.

În condițiile în care bugetul este strict limitat, consumatorul trebuie să facă o asemenea alegere între bunuri încât să obțină o utilitate totală maximă. Punctul de optim sau de maxim al utilității se poate obține prin confruntarea liniei bugetare cu familia de curbe de indiferență.

Piața reprezintă locul de întâlnire a cererii cu oferta. *Cererea* este definită prin cantitatea dintr-o anumită marfă, bun economic sau serviciu ce se poate cumpăra într-o perioadă de timp dată, la prețul pieței. Exprimarea cantității cerute dintr-un bun în funcție de determinanții săi se realizează prin funcția cererii care îmbracă următoarea formă: $Q_n^C = C(P_n, P_1, \dots, P_{n-1}, V, A)$, unde: Q_n^C – cantitatea cerută dintr-un anumit produs; P_n – prețul produsului respectiv;

TESTE PENTRU AUTOEVALUARE

1. Care este numele economiștilor care au elaborat teoria cardinală a utilității? a) E.Slutsky; b) Leon Walras; c) Bernoulli; d) Carl Menger; e) H.H.Gossen; e) Jevons Stanley; f) J.Hicks.

2. În ce constă axioma de tranzitivitate? a) Dacă avem în vedere două bunuri există următoarele posibilități de ordonare: $q_1 > q_2$; $q_2 > q_1$; b) dacă avem în vedere două coșuri de bunuri, va fi preferat coșul care conține cele mai multe bunuri; c) dacă avem în vedere trei bunuri: $q_1 > q_2$; $q_1 > q_3$; $q_3 > q_1$; d) Dacă avem în vedere trei bunuri: $q_1 > q_2$; $q_2 > q_3$; $q_1 > q_3$; e) Dacă avem în vedere două bunuri există următoarele posibilități de ordonare: $q_1 > q_2$; $q_2 > q_1$; $q_1 = q_2$.

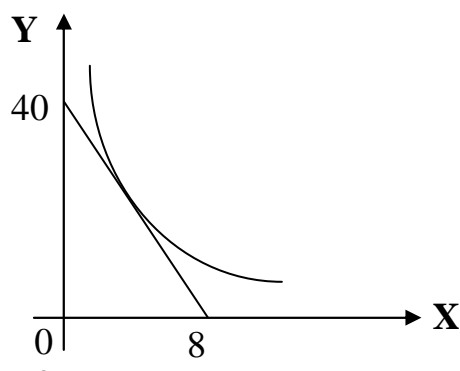
3. Curba de indiferență reprezintă: a) Totalitatea combinațiilor din diferite bunuri care aduc aceeași utilitate consumatorului; b) Comportamentul rațional al unui individ atunci când consumă mai multe bunuri; c) Totalitatea combinațiilor din diferite bunuri care aduc aceeași utilitate pentru toți consumatorii dintr-un spațiu economic; d) Alegerea combinațiilor care asigură cheltuirea în întregime a veniturilor disponibile ale consumatorului.

4. Punctul de optim al consumatorului reprezintă: a) Punctul care asigură maximizarea utilității fără a ține seama de buget; b) Punctul care se obține prin confruntarea liniei bugetare cu orice curbă de indiferență; c) Punctul în care dreapta de buget intersectează curba de indiferență; d) Punctul în care raportul dintre utilitatea marginală a unui produs și prețul acestuia este egal cu raportul dintre utilitatea marginală a celuilalt bun raportat la prețul acestuia.

5. În ce constă conținutul valorii utilitate: a) valoarea este determinată de costurile de producție și de utilitatea mărfii; b) valoarea se bazează pe utilitate și pe raritate; c) valoarea se bazează pe utilitatea marginală și utilitatea totală; d) valoarea se bazează numai pe cost; e) valoarea se bazează pe preț.

Problema 1. Dacă avem funcția de utilitate de forma $U = 4xy$, iar venitul consumatorului este $B = 1200$ u.m., $P_X = 30$ u.m., $P_Y = 10$ u.m., să se determine echilibrul consumatorului.

Problema 2. În graficul de mai jos este reprezentată curba de indiferență și linia bugetului unui consumator:



- Dacă prețul bunului X este de 70 u.m., calculați bugetul de care dispune consumatorul.
- Care este prețul bunului Y?
- Care este rata marginală de substituție *de echilibru*?

6. Ce reprezintă cererea totală? a) ansamblul cantității cerute dintr-un bun de un individ timp de un an; b) cantitatea dintr-un bun oferită pe piață de un producător pe o perioadă de un an; c) întreaga cantitate de bunuri cerută pe piață; d) întreaga cantitate de bunuri oferită pe piață; e) rezultă din însumarea cererilor individuale pentru un anumit bun exprimate de consumatori; f) rezultă din însumarea ofertelor individuale ale tuturor producătorilor care realizează un anumit bun.

Problema 1. Când veniturile consumatorului cresc cu 10%, cererea pentru bunul X scade cu 25%. Determinați coeficientul elasticității cererii în funcție de venit.

RECOMANDĂRI BIBLIOGRAFICE:

1. Abraham-Frois, Gilbert, *Economia politică*, Ed. Humanitas, București, 1994, pag. 164-185, pag.267-270, pag.276-289;
2. Bernier, B.; Védie, H.L., *Initiation à la microéconomie*, Ed. Dunod, Paris, 1995, pag. 21 – 48;
3. Clover, R.W.; Graves, Ph.E., *Intermediate Microeconomics*, Ed. Hartcourt Brace Jovanvich, Academic Pres, San Diego, 1988, pag. 87 – 11; 114 – 125;
4. Colander, David, *Microeconomics*, Third Edition, McGraw Hill, 1998, pag. 59-104;
5. Galbraith, J.K., *Știința economică și interesul public*, Ed. Politică, București, 1982, pag.110-114;
6. Lipsey, Richard G., Chrystal, K. Alec, *Economia pozitivă*, Ed. Economică, București, 1999, pag.161-188, pag.252-253;
7. Lipsey, Richard G., Chrystal, Alec K., *An Introduction to Positive Economics*, Oxford University Press, 1995, pag. 61-127;
8. Marx, Karl, *Capitalul*, Vol.I, București, 1947, pag. 67-156;
9. Negucioiu, Aurel (coordonator), *Economie Politică*, vol. I, Ed. George Barițiu, Cluj Napoca, 1998, pag.175-201;
10. Romano-Safta, Eugeniu, *Dreptul de proprietate privată și publică în România*, Ed. Graphix, Iași, 1993, pag.21-29;
11. Ryan, Alain, *Proprietatea*, Ed. Du Style, București, 1998, pag.76-106, pag. 136-163;
12. Samuelson, Paul; Nordhaus, William, *Economics*, 13th Edition, McGraw Hill, 1989, pag. 55-73; pag. 421-446;
13. Varian Hal, *Intermediate Microeconomics A modern approach*, W.W. Norton & Company, pag 136-153.

Modulul III

TEORIA PRODUCĂTORULUI

CONCEPTE DE BAZĂ:

- Capitolul 1 (*Unitatea de curs 1*): *Comportamentul producătorului*: Funcții de producție, Curbele de izoproducție, Zona economică a producției, Rata marginală de substituție dintre factori, Dreapta bugetului, Optimul producătorului, Productivitatea factorilor, Legea randamentelor descrescătoare.
- Capitolul 2 (*Unitatea de curs 2*): *Teoria costurilor și profitului*: Cost de producție, Cost de oportunitate, Cost fix, Cost variabil, Costuri totale, Costuri unitare, Cost marginal, Costuri pe termen scurt și lung, Costuri sociale
- Capitolul 3 (*Unitatea de curs 3*): *Teoria ofertei*: Funcția ofertei, Ofertă totală, Ofertă individuală, Legea ofertei, Ofertă elastică, Ofertă inelastică, Elasticitate încrucișată.

OBIECTIVE URMĂRITE:

- 1) Să definească conceptele de bază în domeniul costurilor: costuri fixe, costuri variabile, costuri marginale, costul mediu.
- 2) Să explice legătura între legea productivității marginale descrescânde și forma funcției costului mediu pe termen scurt.
- 3) Să explice factorii care determină forma costului mediu pe termen lung, Să explice conceptul economiilor de scară respectiv al dezechonomiilor de scară și să utilizeze aceste concepte în analiza formei costului mediu pe termen lung.
- 4) Să explice semnificația economică a principiului substituției în utilizarea factorilor de producție pentru firme. Să explice cu ajutorul principiului substituției diferențele în metodele de producere a aceluiași produs în diferite țări.
- 5) Să definească oferta și relația dintre ofertă și legea productivității marginale descrescânde.
- 6) Să dea exemple de industrii tipice în care oligopolul este prezent.

RECOMANDĂRI PRIVIND STUDIUL:

- **Ciobanu, Gheorghe (coord.), Microeconomie, Ed.Risoprint, Cluj-Napoca, 2007.**
- Bibliografia indicată în Silabus;
- Alte surse bibliografice indicate în urma discuțiilor cu tutorii;

- Discuții și analize realizate împreună cu tutorii, pe marginea temelor indicate spre studiu (comportamentul producătorului, costurile de producție, teoria ofertei);
- Studii de caz;
- Rezolvări de probleme (tipuri de probleme pe tema: costurile de producție);
- Răspunsuri la întrebări teoretice tip grilă.

REZULTATE AȘTEPTATE:

Modulul dedicat „Comportamentului producătorului” urmărește familiarizarea studentului cu problemele firmei de afaceri, tipologia acestora și criteriile pe baza cărora este apreciată dimensiunea optimă a întreprinderii. În strânsă legătură cu aceasta, studentul va putea opera în domeniul folosirii eficiente a factorilor de producție, începând cu combinarea acestora, determinarea zonei optime a producției, utilizarea diferitelor tipuri de funcții de producție, calculul productivității și aprecierea randamentelor de scară crescătoare, constante și descrescătoare. Pe fondul însușirii acestor cunoștințe, studentul va trebui să se orienteze cu ușurință în domeniul costurilor de producție și al analizei dimensiunilor volumului producției în funcție de nivelul costurilor totale și marginale.

UNITATEA DE CURS 1 (CAP. 1)

Comportamentul producătorului

-Sinteză-

Firma

Firma este, în accepțiune juridică, un atribut de identificare a unui comerciant – și constă în numele sau denumirea folosit de acesta în realizarea operațiunilor care fac obiectul activităților sale. Altfel spus, firma echivalează cu numele comercial sub care un agent economic este cunoscut în mediul de afaceri.

Tipologia firmelor

Firma de afaceri reprezintă o unitate economică de bază, în jurul căreia polarizează una sau mai multe subunități economice, sub o singură conducere și gestiune financiară. Ea este alcătuită dintr-un grup de persoane organizate potrivit unor cerințe juridice, economice, tehnologice și manageriale, care concep și desfășoară un complex de procese lucrative, concretizate în producerea de bunuri și servicii destinate vânzării pe piață, în scopul obținerii unui profit.

Articolul 2 din legea Nr. 31/1990 stipulează că societățile comerciale se vor constitui în una din următoarele forme:

- societate în nume colectiv (S.N.C.);
- societate în comandită simplă (S.C.S.);
- societate pe acțiuni (S.A.);
- societate în comandită pe acțiuni (S.C.A.);

- societate cu răspundere limitată (S.R.L.).

Orice societate comercială care dorește să funcționeze în România trebuie să se organizeze în una din cele cinci forme. Se interzice preluarea caracteristicilor de la mai multe societăți și formarea uneia noi, sui-generis.

Caracteristicile și funcțiile firmei

Crearea bunurilor și serviciilor presupune existența unor colectivități organizate, formate prin participarea unui număr cât mai mare de persoane care cooperează între ele.

Întreprinderea reprezintă în primul rând o **organizație socială**, un complex de relații structurale, interpersonale sau pluripersonale. În al doilea rând o firmă este un **organism tehnico-productiv**. Nu în ultimul rând, întreprinderea reprezintă un **organism economic** care are la bază un patrimoniu propriu.

Activitatea productivă a firmei constă în transformarea bunurilor intermediare în bunuri finale, prin folosirea factorilor de producție. Ansamblul acestor procese de transformare este pus în evidență de funcțiile întreprinderii:

- **Funcția de cercetare-dezvoltare**
- **Funcția de producție**
- **Funcția comercială**
- **Funcția financiar-contabilă**
- **Funcția de personal**
- **Funcția de management**

Dimensiuni ale firmei de afaceri

Se pune deseori întrebarea care este dimensiunea unei firme, aceea care să-i permită acesteia desfășurarea activității cu riscuri minime și obținerea unui profit convenabil? Răspunsul la această întrebare poate fi dat analizând contextul economic, politic și social mondial, dar și factorii endogeni care stau la baza desfășurării activității economice la nivel de firmă.

În condițiile economiei concurențiale contemporane, se observă o creștere semnificativă a numărului și importanței firmelor mici, datorită specificului activității acestora – întrucât cele mai multe asemenea unități desfășoară activități de prestări servicii sau de producție mică (în condițiile în care sfera serviciilor s-a extins rapid, în ultimii 30 de ani ponderea serviciilor în totalul activității economice s-a dublat în țările dezvoltate și a crescut semnificativ în celelalte țări).

Factorii de producție

Factorii de producție (prod-factorii) constituie ansamblul elementelor și condițiilor necesare oricărui proces de fabricație, pentru ca acesta să se desfășoare conform scopurilor agentului economic. În consecință, ei sunt considerați *resurse* (intrări sau input-uri, respectiv indicatori de efort) pentru sistemul în cauză, care urmărește obținerea unor rezultate (ieșiri sau output-uri, respectiv efecte)

a) **Munca** reprezintă exercitarea – de către om – a unei acțiuni de transformare a acțiunii factorilor materiali ai producției, având ca finalitate

obținerea de efecte economice utile (bunuri și servicii). Ea este un factor primar și în același timp activ al producției, deoarece asigură înzestrarea acesteia cu bunurile de capital necesare. De asemenea, ea constituie și un proces social-economic, deoarece: pe de o parte, se referă la contactul direct dintre oameni, în cadrul diviziunii muncii; pe de altă parte, este mijlocul economic de satisfacere a nevoilor individuale și generale.

- b) **Natura**, factor originar de producție, cuprinde elemente precum: solul, subsolul, relieful, hidrografia și clima. Principalul element constitutiv al acestui prod-factor îl reprezintă *pământul*, care are anumite proprietăți: este nesubstituibil, nereproductibil, limitat ca întindere și imobil.
- c) **Capitalul** nominalizează, în general, totalitatea bunurilor eterogene și reproductibile create prin muncă și folosite în scopul realizării altor bunuri și servicii destinate vânzării pe piață. Ca *factor de producție derivat*, economia introduce termenul *capital tehnic (capital real)*, reprezentat de bunuri de capital propriu-zise. Acest concept desemnează o parte a *capitalului în funcțiune*, participând la realizarea unui circuit economic care cuprinde: etapa de transformare a capitalului lichid al agenților economici în capital real productiv (în care firma cumpără bunuri de capital de pe piață); etapa de folosire productivă a capitalului real; etapa de transformare a acestuia – deja aflat în componența mărfurilor – în formă bănească, prin vânzarea bunurilor pe piață.
- d) **Informația** este un *semnal* tehnic, economic, psiho-social, transformat în factor de producție prin intermediul cunoașterii. Ea determină, în măsură semnificativă, avansarea gradului de inovare, precum și calitatea, competitivitatea și eficiența activității unui agent economic – și se referă la date tehnico-economice vizând: sursele de aprovizionare și furnizorii, piața de desfacere și modalitățile de comercializare a mărfurilor, mediul de afaceri (cooperare – rivalitate). Informația este calea trecerii sistemelor economice, prin *evoluție*, spre societatea post-industrială.
- e) **Tehnica** denumește un prod-factor *activ*, deoarece se referă la resurse tehnologice și operaționale de tipul inovațiilor, brevetelor de invenții, licențelor, proiectelor și programelor. Utilizarea tehnicii avansate contribuie la progresul generalizat, accentuând latura creativă a omului.
- f) **Managementul și abilitatea întreprinzătorului** sunt elemente de bază în asigurarea succesului unei afaceri. Fără ele, actualmente nu se mai poate vorbi nici de evoluția cantitativă a factorilor de producție, nici de cea calitativ-structurală.

În *concluzie*: sistemul economic funcționează bine doar dacă toți factorii de producție de care dispune sunt repartizați și utilizați rațional. În acest sens, trebuie căutat *modul optim de alocare a resurselor*, care reflectă coordonarea activităților pieței și relațiile dintre actorii economici.

Combinarea prod-factorilor. Funcțiile de producție.

Combinarea prod-factorilor reprezintă o modalitate de alăturare cantitativă, structural-funcțională și calitativă a cel puțin doi asemenea compuși, în scopul obținerii de bunuri, al maximizării efectelor obținute și al minimizării efortului depus

de agentul economic utilizator. Orice producător este interesat, deci, să găsească acele combinații de prod-factori care să-i aducă profit.

Din această perspectivă, combinarea factorilor de producție se supune criteriilor de *raționalitate economică*. Ea îmbracă numeroase forme de alăturare a prod-factorilor, ceea ce face necesară apelarea la **funcția de producție**. Prin acest concept înțelegem expresia matematică a legăturilor dintre cantitățile consumate din diferiți prod-factori și volumul maxim de *output* (bunuri și servicii), fabricat în anumite condiții (naturale, tehnico-organizatorice ș.a.), în limitele respectării uneia sau mai multor restricții.

Forma generală a unei funcții de producție este $Q = f(L, K, \dots)$, unde Q reprezintă *output*-ul (variabilă dependentă), iar L, K, \dots sunt prod-factori (resurse privite ca variabile independente; aici, L = munca, iar K = capitalul).

Funcțiile de producție măsoară eficiența relativă a prod-factorilor, opțiunile pentru substituția acestora (dacă există) și aportul fiecărui factor implicat în realizarea *output*-ului. În postura de *construcții economico-matematice*, funcțiile amintite se utilizează în cazul producției omogene, care prezintă, din perspectiva combinării prod-factorilor, stabilitate în timp. În cazul uzual $Q = f(L, K)$ (1), funcția dată se consideră *omogenă de gradul n* , dacă $f(r \cdot L, r \cdot K) = r^n \cdot f(L, K)$ (2), unde n este o constantă, iar r un număr real pozitiv.

Una din cele mai cunoscute funcții aplicabile domeniului economic este *funcția globală de producție de tip Cobb-Douglas*, la forma căreia au contribuit, în 1928, C.W. Cobb și P.H. Douglas. Relația ei tipică este $Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta$, în condițiile în care: Q – producția; A (unde $A > 0$) – coeficient de concordanță / de proporționalitate între factorii de producție *muncă* (L) și *capital fix în funcțiune* (K), în legătură cu *progresul tehnic încorporat în aceștia*; α – coeficient de elasticitate a producției în

raport cu factorul *muncă*: $\alpha = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta L}{L}$; β – coeficient de elasticitate a producției în





raport cu factorul *capital*: $\beta = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta K}{K}$; $\alpha, \beta \geq 0$ (parametri pozitivi). Într-o asemenea

formă, coeficienții α , respectiv β , arată cu câte procente crește producția, atunci când factorul implicat (L , respectiv K) sporește cu 1%.

În cazul funcției Cobb-Douglas, pe baza relațiilor (1) și (2) rezultă că pentru $n = 1$, relația (2) devine: $Q(r \cdot L, r \cdot K) = A \cdot r^\alpha \cdot L^\alpha \cdot r^\beta \cdot K^\beta = r^{\alpha+\beta} \cdot Q(L, K)$. Situații posibile: $\alpha + \beta = 1 \rightarrow$ randamente de scară constante; $\alpha + \beta > 1 \rightarrow$ randamente de scară crescătoare; $0 < \alpha + \beta < 1 \rightarrow$ randamente de scară descrescătoare.

Deși foarte des utilizate, funcțiile tip Cobb-Douglas au unele *limite*. Cea mai vizibilă este aceea că, deși în cazul lor, substituția prod-factorilor este posibilă într-un grad relativ înalt, *ea nu este perfectă* (situație proprie doar funcțiilor liniare). De asemenea, ele induc ideea că s-ar putea realiza o creștere *teoretic* infinită a *output*-ului, lăsând valoarea unui factor constantă și măbind-o doar pe cealaltă.

Asemănător curbelor de izoutilitate, curbele de izoproducție au următoarele *trăsături*:

-  au caracter monoton (sunt continue);
-  au înclinație descrescătoare (direcție NV-SE);
-  forma lor este convexă în raport cu originea;
-  nu se intersectează.

În fiecare punct al oricărei izocuante se înregistrează un anumit grad de eficiență, astfel încât, ca să-și maximizeze rezultatele, producătorul trebuie să opteze pentru acea combinație de prod-factori, care atrage *eficiența cea mai ridicată*. Aceasta se obține în așa-numita *zonă a producției raționale* (numită și *zona economică a producției*).

Optimul producătorului

Determinarea punctului de optim al producătorului nu constă doar în aflarea celei mai mari cantități din producție ce poate fi obținută cu resursele date, ci poate viza, de asemenea: minimizarea cheltuielilor, maximizarea profitului sau a cifrei de afaceri și alte obiective.

Vom avea în vedere că, în general, este posibilă substituția parțială a factorilor de producție. În acest sens vom determina **rata marginală de substituție (tehnică)** a doi prod-factori. Ea arată cantitatea dintr-un factor de producție la care trebuie să se renunțe pentru a spori cu o unitate celălalt factor utilizat, astfel încât nivelul producției să se păstreze același ca înainte de substituție. De exemplu, dacă dorim să optăm pentru combinația aferentă lui E, în defavoarea celei corespunzătoare punctului C, rata marginală de substituție tehnică a capitalului cu munca se va calcula astfel:
$$\text{RMS}_{K/L}^T = \left| \frac{k_E - k_C}{l_E - l_C} \right| = \left| \frac{\Delta k}{\Delta l} \right| = \left| \frac{\Delta Q \cdot \Delta k}{\Delta Q \cdot \Delta l} \right| = \frac{W_{mgL}}{W_{mgK}}$$
.

Altfel spus, vom fi interesați să aflăm la câte unități de capital va trebui să renunțăm pentru a spori cu o unitate factorul *muncă*, astfel încât producția să rămână constantă. În cazul substituției parțiale a prod-factorilor, rata marginală de substituție scade pe măsură ce capitalul se substituie într-o proporție din ce în ce mai mare cu munca, deoarece producătorul este dispus să renunțe la cantități din ce în ce mai mici din factorul substituit, pentru câte o unitate suplimentară din factorul substituit. În plus, pe măsură ce are loc o creștere a cantității de muncă folosită în procesul de fabricație, productivitatea marginală a acestui factor va scădea – ca urmare a verificării în practică a *legii randamentelor descrescătoare* – în timp ce productivitatea marginală a capitalului va fi mai mare, folosindu-se mai puține unități din acest prod-factor. Per ansamblu, raportul W_{mgL}/W_{mgK} va lua valori din ce în ce mai mici.

Productivitatea factorilor de producție

Productivitatea reprezintă *eficiența cu care sunt combinați și utilizați factorii de producție, exprimând relația care se stabilește între efort și efect*. Mai exact, ea relevă *mod de exprimare a eficienței utilizării factorilor de producție, deoarece urmărește realizarea maximului de rezultate posibil, prin folosirea unui minim dat de resurse*.

De regulă, ea se calculează ca raport între *efect / efort*, punând în evidență volumul de *output* realizat prin utilizarea unei unități de *input*. Spre exemplu, productivitatea muncii (WM_L) se calculează prin raportarea producției (Q) la factorul *muncă* necesar obținerii acesteia (L), după relația: $WM_L = Q / L$

În acest caz, productivitatea medie a muncii reflectă numărul de unități de bunuri ce revine la o unitate de muncă (pe om-zi, om-oră, salariat ș.a.).

Aprecierea oportunității unei anumite activități economice *pe termen scurt* se poate face prin intermediul productivității. În evoluția rezultatelor unei activități economice, *pe termen mediu și lung*, o mare importanță o deține *dinamica productivității*, analizată prin intermediul *indicelui productivității medii*: $I_{WM} = (WM_1 / WM_0) \cdot 100$.

Să analizăm acum situația *productivității factorilor de producție*, calculată astfel:

a) **Productivitatea medie (WM)** se determină după relațiile:

$$WM = Q / FP \text{ (efect / efort) sau } W = FP / Q \text{ (efort / efect)}$$

b) **Productivitatea marginală (W_{mg})** exprimă, în general, sporul de rezultate obținut prin utilizarea unei unități suplimentare dintr-un factor de producție X, ceilalți factori avuți în vedere rămânând constanți. Ea este determinată după relația: $W_{mg} = \Delta Q / \Delta FP_X$ sau $W_{mg} = dQ / dFP_X$

Între producție, productivitatea medie și cea marginală a unui factor de producție există o relație bine determinată.

Randamentele factoriale și randamentele de scară.

Randamentul este o formă de determinare a eficienței economice, care reflectă relația dintre prod-factorii utilizați într-un proces productiv și volumul rezultatelor economice obținute (de exemplu: un muncitor realizează 20 de produse X într-o oră, ceea ce reprezintă randamentul muncii sale).

Randamentele factoriale (sau *de substituție*) evidențiază modul în care se modifică output-ul atunci când un factor de producție variabil se combină cu o cantitate dată dintr-un factor fix, toate celelalte condiții rămânând neschimbate. Ele pot fi *crescătoare* atunci când efectul obținut prin utilizarea unei unități suplimentare din factorul variabil este din ce în ce mai mare; sau *descrescătoare* caz în care utilizarea unei unități adiționale din factorul variabil determină scăderea efectului economic, menținându-se condiția ca ceilalți factori să fie constanți.

Randamentele de scară (*de dimensiune*) exprimă relația existentă între creșterea volumului producției și a cantității utilizate din prod-factorii combinați. Mai exact, ele arată cu cât sporește producția, în condițiile în care cantitățile utilizate din factorii de producție folosiți se modifică simultan și în aceeași proporție.

Randamentele de scară pot fi constante, crescătoare și descrescătoare, după cum urmează:

- a) *Randamentele de scară constante*
- b) *Randamentele de scară crescătoare*
- c) *Randamentele de scară descrescătoare*

Legea randamentelor neproportionale

Evoluția randamentelor factoriale se subordonează *legii randamentelor neproportionale*. Aceasta ne arată raportul stabilit între evoluția rezultatelor obținute (a producției) și un factor de producție variabil, folosit în doze suplimentare – ceilalți factori de producție rămânând constanți. Această lege a fost formulată de Jaques Turgot, în legătură cu exploatarea economice agricole.

De altfel, în general, activitățile economice cunosc mai întâi o fază de *randament crescător* (costuri de producție în scădere), urmată de o alta cu *randament maxim* (corespunzător combinației optime a factorilor de producție), și apoi, în cele din urmă, o fază de randamente descrescătoare (pe fondul majorării costurilor de producție).

UNITATEA DE CURS 2 (CAP. 2)

Teoria costurilor și profitul

-Sinteză-

Conținutul economic al costului de producție

Producția de bunuri și desfacerea mărfurilor pe piață au la bază folosirea *input*-urilor (resurse materiale, financiare și umane). Consumul factorilor de producție presupune, însă, utilizarea lor conform deciziei manageriale, în scopul realizării unei oferte corespunzătoare cererii manifestate pe piață.

Consumul factorilor de producție are *un caracter dinamic*, deoarece se modifică în timp, în funcție de elemente precum: cantitatea de bunuri fabricate, gradul de înzestrare cu prod-factori, introducerea progresului tehnic, consumurile specifice ș.a.. În consecință, denotând *cheltuieli*, el trebuie studiat prin intermediul unui indicator sintetic relevant. Acesta este costul de producție, care reflectă – prin mărime și structură – gradul de eficiență al activității unui agent economic.

Costul de producție constituie, așadar, expresia monetară a cheltuielilor ocazionate de achiziția, alocarea și consumul factorilor de producție de către fiecare întreprindere, în vederea realizării procesului productiv și a desfacerii bunurilor (mărfuri și servicii). Incluzând cheltuielile suportate de firme pentru fabricație, respectiv pentru desfacere, costul presupune un consum *comparabil* de prod-factori.

Se impune, însă, o precizare: deși *aparent*, *costul de producție* este sinonim cu *cheltuielile de producție*, se observă că *practic*, cele două noțiuni nu se identifică întotdeauna.

Tipologia și mărimea costurilor

Clasificarea costurilor de producție se face în raport cu mai multe criterii. Cele mai relevante vor fi abordate în cele ce urmează.

După *modul de reflectare* a cheltuielilor, întâlnim **costul contabil** (care cuprinde expresia cheltuielilor comensurabile bănesc, suportate efectiv de agenții economici pentru plata contravalorii materiilor prime, materialelor, combustibilului, energiei, amortizării, prevenirii poluării ș.a., corespunzând producerii și desfacerii unui bun) și **costul economic** (care include, pe lângă elementele anterioare, cheltuieli ce nu presupun plăți către terți – de exemplu, consumul de muncă al proprietarului firmei, dacă este cazul).

Natura cheltuielilor împarte costurile în: **costuri explicite** – cheltuielile cu furnizorii resurselor economice procurate și consumate la producerea unui bun (cheltuieli materiale, cu munca ș.a.), care se reflectă în contabilitate în conturi

aferente) – și **costuri implicite** (*alternative* sau *de oportunitate*), respectiv costuri ale alegerii realizate de întreprinzător / manager, în privința resurselor deținute; acestea din urmă nu sunt generate de o plată, ci constituie expresia consumului de resurse “sustrase” altor întrebuințări, în favoarea celei alese.

Costul de oportunitate (denumit și *cost al opțiunii*, *cost al șansei sacrificate* sau *cost al alegerii*) reprezintă, de fapt, costul renunțării la o variantă de utilizare a unui element (factor), în favoarea alegerii alteia, din mai multe posibile. Termenul indică *utilitatea alternativă* a unui bun, respectiv prețul ocaziilor nefolosite de agentul economic. Altfel spus, el face referire la ceea ce s-ar fi putut obține în condițiile altei utilizări (cheltuiiri) a prod-factorilor necesari fabricării unui bun, decât cea pentru care s-a optat.

Deoarece producătorul rațional optează pentru tehnica ce atrage minimizarea cheltuielilor sale, principiul costului de oportunitate devine criteriu al eficienței (pentru că se referă la cheltuiala minimă ce “revine” *output*-ului, conform *input*-ului utilizat). Costul alternativ minim, acceptat pentru producerea unui bun, poartă numele de **cost real**.

Fără îndoială, **costul monetar** (care face referire la situația în care aspectul bănesc este numitorul comun al consumului de prod-factori) este “dublat” de **costul psihologic** – utilizat în sensul delimitării componente subiective a cheltuielilor ocazionate de procesul de fabricație (cum este cazul raportului utilitate / dezutilitate).

Prin prisma *celui care suportă costurile*, există așa-numitul **cost privat** (care cuprinde cheltuielile asumate de o firmă cu privire la produsul său) și **costul social** – referitor la cheltuielile care nu “încarcă” producătorii diverselor bunuri (nefiind suportate direct de ei), ci societatea. Costul social presupune două tipuri de efecte: *pozitive*, având urmări favorabile asupra dezvoltării societății (pregătirea la un nivel înalt a personalului, gradul de cultură propriu angajaților, comportamentul acestora, creșterea productivității muncii) și *negative*. Din categoria acestora din urmă, menționăm factori interni și externi, precum: scumpirea tehnologiei utilizate, creșterea prețurilor la prod-factori și mărfuri, mișcările sociale, cheltuielile cu protecția mediului, majorarea cotelor de impozitare ș.a.; cele mai cunoscute costuri sociale rămân, totuși, cele legate de dezechilibrele macroeconomice: inflația și șomajul.

Costurilor de producție (determinate de procesul de fabricație propriu-zis) le se adaugă cele **de desfacere**, cuprinzând: costuri *de tranzacție*, care fac posibilă funcționarea pieței (de exemplu, cheltuieli cu comisioanele, cu publicitatea ș.a.) și costuri *de informare*, necesare pentru o cât mai bună cunoaștere a stării pieței (în vederea reducerii riscurilor).

Unul din cele mai importante criterii de structurare a costurilor este *tipul consumului care generează cheltuielile*. Din această perspectivă, **costurile fixe** (CF) sunt determinate *pe perioadă scurtă*, de consumurile fixe. Ele sunt independente de nivelul producției și, ca urmare, rămân constante *pe intervale scurte* de timp. Se referă la cheltuieli cu: amortizarea capitalului fix, iluminat, chirii, încălzirea generală, salarii pentru personalul din activitățile general-administrative, asigurări ș.a.. Pe termen lung, însă, costurile de această natură devin *variabile*.

Costurile variabile (CV) sunt angajate de consumurile variabile (e vorba despre materii prime, materiale, combustibil, energie, salariile personalului direct

implicat în activitatea productivă ș.a.). Ele *depind de volumul producției Q*, se modifică în aceeași direcție cu el – deci $CV = f(Q)$ – și pot fi de două categorii:

Costul total (CT) este costul aferent întregii producții a unei întreprinderi. El poate fi privit în trei accepțiuni:

- $CT = CF + CV$ (suma costurilor fixe și variabile);
- $CT = CP + CD$ (suma costurilor de producție și de distribuție);
- $CT = CM + CS$ (suma costurilor materiale și a celor salariale);
 $CM = A + K_c \rightarrow CT = A + K_c + CS$ (unde: A – cheltuieli ocazionate de amortizare; K_c – cheltuieli cu capitalul circulant).

În raport cu nivelul la care analizăm costurile, calculăm:

- a) **costul global (total)** – privit ca ansamblu al cheltuielilor antrenate de *întreaga activitate* a agentului economic (de exemplu, CF, CV, CT);
- b) **costul mediu (unitar)** – considerat un raport între un tip de cost global și rezultatele obținute (de obicei, volumul producției, Q):
 - *costul fix mediu* CFM – costul fix suportat de întreprindere pe unitatea de produs; pe termen scurt, el depinde de evoluția volumului producției (Q): $CFM = \frac{CF}{Q}$.
 - *costul variabil mediu* CVM – costul variabil înregistrat de firmă pe unitatea de produs; în dinamică, el depinde atât de nivelul costurilor variabile (CV), cât și de evoluția volumului producției (Q):
 $CVM = \frac{CV}{Q}$.
 - *costul total mediu* CTM – costul total revenit pe unitatea de produs; în dinamică, el depinde atât de nivelul costurilor variabile (CV), cât și de evoluția volumului producției (Q): $CTM = \frac{CT}{Q}$.

O categorie aparte o constituie **costul marginal** C_{mg} – respectiv sporul de cost antrenat de creșterea consumului de factori de producție (ΔCT), pentru a suplimenta cu o unitate producția (ΔQ): $C_{mg} = \frac{\Delta CT}{\Delta Q} = \frac{CT_i - CT_{i-1}}{Q_i - Q_{i-1}}$ sau

$C_{mg} = \frac{\Delta CF + \Delta CV}{\Delta Q}$. După cum se poate observa, pentru $\Delta Q = 1$, $C_{mg} = \Delta CT$. Pe

termen scurt, deoarece $\Delta CF = 0$, $C_{mg} = \frac{\Delta CV}{\Delta Q}$.

Relațiile dintre costurile înregistrate pe termen scurt

Pe termen scurt, având în cadrul CT un singur factor variabil al producției (întrucât costurile fixe CF sunt constante), întreprinderea procedează la ajustarea *input*-ului până când ajunge la volumul urmărit al *output*-ului, pe baza tehnicii și tehnologiei disponibile.

Minimizarea costurilor

Curbele costurilor agenților economici nu pot fi și nici nu sunt identice, ci *diferențiate*, întrucât: condițiile de fabricație și managementul întreprinderilor sunt specifice (în spațiu și în timp); firmele beneficiază de o înzestrare inegală cu factori de producție, iar utilizarea acestora depinde de decident; nivelele de eficiență înregistrate sunt, în consecință, diferite.

Reducerea și minimizarea costurilor sunt obiective ale oricărui agent economic rațional, pentru a realiza volumul dorit al producției. În vederea acestui deziderat, întreprinderea trebuie să ia în calcul toate elementele implicate în obținerea bunurilor, între care cele mai importante sunt *factorii de producție* și *costurile totale* (acestea din urmă necesitând operațiuni de reducere, conform unor funcții de minimizare).

În contextul minimizării costurilor de producție, literatura economică formulează *regula celor mai mici costuri*, aplicabilă în orice întreprindere.

Minimizarea costurilor presupune intervenții asupra cheltuielilor înregistrate pe unitatea de efect util. Ca atare, mărimea *costului unitar (mediu)* depinde de factori precum: nivelul consumului de prod-factori pe unitatea de *output*; evoluția prețurilor acestor factori; volumul producției obținute; modificarea calității și caracteristicilor bunurilor fabricate.

Evoluția costurilor pe termen lung

A. Costurile totale pe termen lung (CT_{TL})

Pe termen lung, toți factorii producției devin variabili, astfel încât agentul economic are de ales nu doar capacitatea de fabricație, ci și modalitatea în care s-o realizeze. Deoarece deciziile pe perioadă îndelungată implică un grad de risc semnificativ, un rol important în desfășurarea normală a activității îl au *anticiparea* și *planificarea*.

B. Costurile totale medii pe termen lung (CTM_{TL})

În general, unul dintre criteriile de apreciere a viabilității unui agent economic este nivelul costului său mediu, știut fiind că acesta evoluează – în principiu – astfel: dacă la darea în folosință a unei capacități de producție are un nivel ridicat, pe parcurs el scade și atinge un punct de minim. Apoi, pe măsură ce capacitatea disponibilă este suprasolicitată, CTM începe să se majoreze, dovedind că procesul nu mai este rentabil.

Conceptul de profit. Teorii explicative

Profitul reprezintă, ca atare, o formă de venit net, fiind perceput, în general, ca un câștig (avantaj) pentru cel care-l realizează. De aceea, pe o piață competitivă, vor supraviețui actorii economici care acumulează profit.

Titularii de profit sunt, în general, agenții economici (persoane fizice și juridice), care fac parte din două categorii: în cazul firmelor cu capital de stat, beneficiarii profitului sunt autoritățile publice; în situația agenților cu capital privat, titularii de profit sunt proprietarii fondurilor plasate în diverse afaceri; dacă este vorba de societăți pe acțiuni, o parte a rezultatelor obținute (sau profitul ca atare,

conform deciziei la nivelul Adunării Generale a Acționarilor) se distribuie acționarilor, pe criteriul participării lor la capitalul social al firmei în cauză.

Masa și rata profitului. Forme și funcții ale profitului

În termeni generali, profitul reprezintă o formă de venit, apărând ca excedent al venitului înregistrat de un subiect economic, peste cheltuielile totale, ocazionate de realizarea activității pe care o execută: $Pr = VT - ChT$. Referitor la această relație, facem următoarele precizări:

a.) Simbolul VT reflectă veniturile totale, alcătuite, la rândul lor, din categorii cum sunt: *venituri din exploatare*, obținute în urma vânzării bunurilor care fac obiectul producției de bază; ele colectează cea mai mare parte a veniturilor firmei productive; *venituri financiare*, aferente dobânzilor sau altor surse de natura acestui tip de câștig; *venituri extraordinare / excepționale*, realizate ca urmare a unor condiții aleatoare (de exemplu, veniturile rezultate din imputări).

b.) Notația ChT se referă la cheltuielile totale, formate din: *cheltuieli din exploatare*, efectuate în legătură cu producția de bază (materii prime, materiale, combustibil ș.a.); *cheltuieli financiare* (de exemplu, cele vizând plata dobânzilor la credite); *cheltuieli extraordinare / excepționale*, provocate de situații deosebite (suportarea pagubelor în cazul inundării materiilor prime din depozite, plata amenzilor ș.a.).

Profitul obținut ca urmare a diferenței dintre venituri și cheltuieli se consideră a fi relevant sub două aspecte esențiale:


I. Din punct de vedere *absolut*, ca **masă a profitului** (Pr), el reprezintă suma totală realizată în formă de profit, de către un subiect economic, într-un interval determinat, în care acesta produce bunuri și servicii destinate pieței. Dacă $VT > CT$ (iar pe produs, $P > CTM$), subiectul obține profit (Pr); dacă, însă, $VT < CT$ (iar pe produs, $P < CTM$), el înregistrează pierderi (p).

II. Din punct de vedere relativ, se calculează **rata profitului** (Pr'), ca raport procentual între masa profitului și un indicator reprezentând: fie *costurile totale* ocazionate de obținerea rezultatului înregistrat – caz în care facem referire, de fapt, la *rata rentabilității* – fie *cifra de afaceri* (volumul încasărilor realizate din activitatea proprie), fie *capitalul* (sub forma capitalului *investit* sau a capitalului *în funcțiune*, după caz). Concret, se iau în considerare următoarele variante, în care notațiile folosite sunt: CT – costurile totale; CA – cifra de afaceri; K – capitalul.

$$Pr' = \frac{Pr}{CT} \cdot 100$$

$$Pr' = \frac{Pr}{CA} \cdot 100$$

$$Pr' = \frac{Pr}{K} \cdot 100$$

 Rata profitului reflectă gradul de valorificare a componentelor care participă în mod real la obținerea profitului și măsura eficienței combinării acestor prod-factori. Pe scurt, ea corespunde unor cuantificări care arată venitul rezultat din utilizarea unui anumit capital și se calculează la nivel de firmă, de ramură și de economie, în scopul efectuării comparațiilor de rigoare pe plan internațional.

Profitul brut (Pr_b) este diferența dintre veniturile totale realizate (V_t) și cheltuielile efectuate (Ch_t) pentru obținerea rezultatului unei activități economice: $Pr_b = VT - ChT$.

Profitul net (Pr_n) rezultă în urma diferenței dintre profitul brut și impozitul pe profit: $Pr_n = Pr_b - I_{Pr}$. În legătură cu conceptul de profit net se vorbește și despre **profitul admis**.

Profitul normal arată nivelul *minim* al profitului, *necesar și suficient pentru ca agentul economic să-și poată continua activitatea*. Privit, în esență, drept *cost de oportunitate*, el cuprinde: salariul întreprinzătorului, potrivit muncii sale de organizare și de conducere a firmei; dobânda la capitalul propriu, utilizat în activitățile agentului economic; chiria pentru clădirile proprii, puse în serviciul firmei; renta pentru terenul propriu al întreprinzătorului, pus la dispoziția agentului economic. *Sub limita profitului normal, producția nu se mai motivează*.

Profitul economic sau **pur** este diferența pozitivă dintre profitul brut și cel normal (constituind o mărime *reziduală* sau *rămasă*). *Atunci când profitul economic este zero, întreprinderea realizează profit normal sau minimal* (situație întâlnită în condițiile *pieței cu concurență perfectă*).

Supraprofitul este surplusul de profit *peste cel obținut în condiții obișnuite de piață*, respectiv profitul *datorat unor condiții particulare* – de obicei economice (ca urmare a prețurilor fără acoperire, a diferențelor de preț între piețe ș.a.), naturale sau preferențiale. În această categorie sunt incluse, ca exemple, cazul *eficienței deosebite* și cel *al firmei care activează pe piața de monopol*.

Pragul de rentabilitate și pragul de închidere la nivel de firmă

În strânsă legătură cu conceptul de profit se studiază **pragul de rentabilitate**. El arată volumul producției unui agent economic, începând cu care întreprinderea înregistrează profit. Corespunzător acestei situații, punctul de plecare este relația: $Pr = VT - CT$. În condițiile obținerii de profit normal, pragul de rentabilitate Q_R se calculează conform următoarei metode:

$Pr = 0 \Rightarrow VT - CT = 0$, deci $VT = CT$, respectiv:

$P \cdot Q = CF + CV$, adică $P \cdot Q = CF + CVM \cdot Q$ sau $P \cdot Q - CVM \cdot Q = CF$;

$$Q \cdot (P - CVM) = CF \Rightarrow Q = Q_R = \frac{CF}{P - CVM}.$$

Amintim că notațiile folosite anterior sunt: VT – venitul total; CT – costul total; CF – costul fix total; CVM – costul variabil mediu; P – prețul de vânzare.

În strânsă legătură cu noțiunea *prag de rentabilitate* se analizează **condiția de**

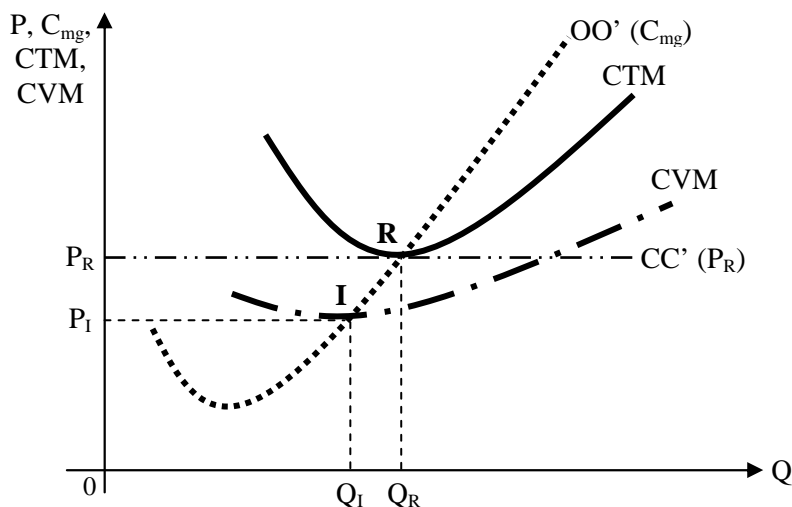
închidere a unei firme (pragul de închidere sau pragul de faliment), știut fiind că

orice agent economic care nu-și mai poate acoperi costurile (avem în vedere mai ales

nivelul costurilor variabile CV) își va înceta activitatea pe termen scurt.

Pragul de închidere a unei întreprinderi rezultă din următoarea “regulă”: Atunci când prețul de vânzare al mărfii scade pe piață atât de mult, încât venitul firmei se situează sub nivelul costului variabil ($VT < CV$), iar prețul se află sub mărimea costului variabil mediu ($P < CVM$), agentul își va minimiza pierderile dacă-și va înceta activitatea desfășurată. Prețul P, pentru care venitul acoperă costul

variabil ($VT = CV$) sau pentru care pierderile egalizează costurile fixe ($p = CF$) se numește *prag (punct) de închidere*.



Pragul de rentabilitate și pragul de închidere în cazul unei întreprinderi

unde:

- OO' – curba ofertei, dată de curba costului marginal C_{mg} ;
- $CC'(P_R)$ – curba cererii, determinată de prețul mărfii vândute (P_R);
- $Q_R; P_R$ – producția și prețul proprii aferente pragului de rentabilitate;
- $Q_I; P_I$ – producția și prețul aferente pragului de închidere.

UNITATEA DE CURS 3 (CAP. 3)

Teoria ofertei

-Sinteză-

Oferta

Prelucrarea resurselor (materiale și umane) în scopul satisfacerii trebuințelor individuale sau societale constituie obiectul de activitate al oricărui proces productiv și are drept rezultat formarea unei anumite cantități de bunuri, servicii sau informații, care constituie oferta.

Știința economică s-a ocupat, timp de aproximativ două secole de ofertă, considerând că aceasta joacă rolul decisiv în crearea avuției, respectiv în dezvoltarea economică a societății.

La începutul anilor '80 ai secolului nostru a apărut, în cadrul curentului neoliberal orientarea numită *economia ofertei* (supply-side economics) care recunoștea rolul ofertei în dinamizarea producției, a productivității și a reducerii costurilor.

În sens general, **oferta** este definită prin *cantitatea dintr-un bun economic, serviciu sau factor de producție pe care un producător o realizează și dorește să o*

vândă pe piață (în fapt să o preschimbe pe piață cu alte bunuri și servicii, prin intermediul banilor) într-o perioadă de timp dată la un anumit (oricare) nivel al prețului.

La fel ca și în situația cererii, literatura de specialitate face distincție între ofertă și cantitatea oferită. **Cantitatea oferită** reprezintă o cantitate determinată dintr-un bun pe care producătorul dorește să o vândă la un anumit nivel de preț, într-un anumit moment.

Mărimea ofertei este determinată de o serie de factori obiectivi și subiectivi, dintre care enumerăm:

1) din perspectiva producătorului:

a/ prețul factorilor de producție;

b/ prețul bunului oferit pe piața respectivă și pe alte piețe;

c/ tipul de piață și forma de concurență care se manifestă pe piața respectivă ;

d/ rata profitului pe economie, comparația pe care o face producătorul între rata profitului calculată pentru produsul care face obiectul ofertei respective și rata profitului obținută în cazul altor bunuri.

e/ mărimea profitului total și a celui unitar;

f/ dobânda - privită ca și un cost, atunci când se are în vedere suma pe care trebuie să o plătească întreprinzătorul pentru creditele contractate în vederea desfășurării activității sale, dar și din perspectiva venitului pe care l-ar aduce depunerea la bancă a capitalului bănesc corespunzător desfășurării activității de producere a bunului care face obiectul ofertei;

g/ climatul social și politic existent;

2) din perspectiva consumatorului:

a/ prețul produsului oferit (un preț mare poate determina o scădere a cererii, ceea ce îl va determina pe producător să reducă nivelul cantității oferite);

b/ mărimea venitului nominal de care dispun consumatorii și puterea de cumpărare a banilor;

c/ existența unui raport favorabil între preț, utilitate și calitate;

d/ existența bunurilor substituibile, prețul acestora și modificările care intervin în nivelul prețurilor acestor bunuri;

e/ oferta de bunuri complementare și evoluția prețului acestora;

3) din perspectiva producătorului și a consumatorului:

a/ modificarea numărului consumatorilor, al producătorilor și a preferințelor acestora;

b/ concurența între producători și tipul de piață pe care acționează în scopul desfacerii produsului respectiv;

c/ concurența între consumatori;

4). politica statului privind importurile, încurajarea investițiilor, dezvoltarea economică.

Funcția ofertei care ilustrează influențele factorilor are exprimarea:

$Q_n^O = O(P_n, F_1, \dots, F_m)$, unde: Q_n^O – oferta pentru bunul n; P_n – prețul produsului n; $F_1 \dots F_m$ – prețul factorilor de producție utilizați în producerea produsului n.

Privită prin prisma numărului vânzătorilor, respectiv al producătorilor, oferta poate fi **individuală**, atunci când se referă la *cantitatea produsă, respectiv vândută de către un singur agent economic, sau totală (agregată)*, atunci când se are în vedere *ansamblul cantităților dintr-un bun, serviciu sau factor de producție ce se produce*

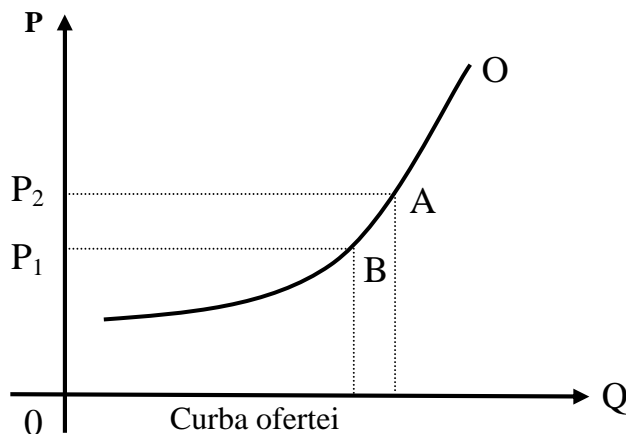
sau se comercializează la un moment dat într-o ramură sau sector de activitate. Analog cererii și oferta totală reprezintă suma ofertelor individuale la nivelul fiecărui preț.

Între cantitatea oferită și nivelul prețului unui bun există o relație de determinare directă, în cadrul căreia factorul independent și determinant al relației îl reprezintă prețul unitar al bunului respectiv, iar factorul determinat este reprezentat de cantitatea oferită. Această relație, în care *modificarea prețului reprezintă cauza modificării cantității cerute* (în același sens) reprezintă **legea ofertei**. Altfel spus, orice creștere a prețului la care poate fi vândut un bun îi va determina pe producători să crească cantitatea produsă și oferită din bunul respectiv și orice scădere a prețului, privită de producător ca o potențială scădere a profitului (în situația în care toate celelalte condiții de pe piață rămân neschimbate) determină o scădere a cantității oferite. În același timp:

1. la o creștere a nivelului prețurilor are loc o creștere a ofertei din partea producătorilor aflați pe piață ;
2. o creștere a nivelului prețurilor la care poate fi vândut un bun atrage după sine intrarea pe piața bunului respectiv a unor noi producători.

Reprezentarea grafică a relației dintre prețul unui bun și cantitatea oferită din bunul respectiv se face cu ajutorul *curbei ofertei*.

În forma sa tipică, ea este o curbă ascendentă, crescătoare, orientată pe direcția SV - NE, care face legătura dintre cantitatea oferită (reprezentată pe abscisă) și prețul oferit (reprezentat pe ordonată) și ilustrează relația de proporționalitate între preț și cantitatea oferită așa cum este enunțată în *legea ofertei*. Curba ofertei este, în același timp, curba costului marginal.



În formă atipică, curba ofertei se aseamănă mai degrabă cu o curbă tipică a cererii. În acest caz, *cantitatea oferită crește pe măsura scăderii prețului* (situația unor producători de bunuri extrem de perisabile sau cea a ofertantului pentru care vânzarea bunului de care dispune reprezintă unica sa sursă de venit).

Elasticitatea ofertei

Elasticitatea ofertei reprezintă modificarea cantității oferite dintr-un bun sau serviciu în funcție de variația factorilor care influențează nivelul acesteia.

Elasticitatea ofertei în funcție de diverșii factori care o influențează se calculează cu ajutorul coeficienților de elasticitate.

Elementul determinant care influențează mărimea ofertei la un moment dat este prețul de vânzare al bunului sau serviciului.

Coeficientul elasticității ofertei în funcție de preț se calculează după relația:

$$E_{o/p} = \frac{\Delta Q}{Q_0} : \frac{\Delta P}{P_0}, \text{ unde: } E_{o/p} - \text{coeficientul de elasticitate al ofertei în funcție de}$$

preț; Q_0 – cantitatea oferita din bunul respectiv, în momentul inițial; P_0 – prețul inițial de vânzare al bunului respectiv; ΔQ – modificarea procentuală sau absolută a cantității oferite; ΔP – modificarea procentuală sau absolută a prețului de vânzare.

Elasticitatea ofertei poate fi simplă sau încrucișată.

În funcție de nivelul coeficientului de elasticitate al ofertei față de factorul de influență luat în considerare (în cazul de mai jos prețul), oferta îmbracă următoarele forme:

a) oferta elastică, atunci când *modificarea cu un anumit procent a prețului determină o modificare de mai mare amploare a cantității oferite.*

$$E_{o/p} > 1 \text{ deoarece } \frac{\Delta Q}{Q_0} > \frac{\Delta P}{P_0}$$

b) oferta cu elasticitate unitară atunci când *modificarea cu un anumit procent a prețului determină o modificare de aceeași mărime a cantității oferite.*

$$E_{o/p} = 1 \text{ deoarece } \frac{\Delta Q}{Q_0} = \frac{\Delta P}{P_0}$$

c) oferta inelastică atunci când *modificarea cu un anumit procent a prețului determină o modificare de mai mică măsură a cantității oferite.*

$$E_{o/p} < 1 \text{ deoarece } \frac{\Delta Q}{Q_0} < \frac{\Delta P}{P_0}$$

d) oferta perfect elastică este un caz care există doar în teorie și care presupune ca la o creștere infinitesimală a prețului de vânzare oferta să crească la infinit.

$$E_{o/p} = \infty \text{ deoarece raportul } \Delta P / P_0 = 0$$

e) oferta perfect inelastică reprezintă situația când *oricât de mare ar fi modificarea prețului oferta nu se modifică.*

$$E_{o/p} = 0 \text{ deoarece } \Delta Q = 0$$

În analiza factorilor care determină elasticitatea ofertei unui bun ne oprim asupra *perioadei scursă de la modificarea prețului aceluși bun.*

În condițiile în care ceilalți factori rămân neschimbați există trei perioade a căror analiză prezintă interes.

a) Perioada foarte scurtă de timp (perioada pieței): reprezintă perioada extrem de scurtă de la modificarea prețului bunului X, ca urmare a creșterii cererii,

perioadă în care nu e posibilă sporire a ofertei. Astfel, pentru această perioadă de timp, **oferta este practic perfect inelastică.**

b) Perioada scurtă de timp: în această perioadă, creșterea prețului ca urmare a creșterii cererii poate fi urmată într-o oarecare măsură de o sporire a ofertei, însă doar în anumite limite și cu un consum suplimentar de resurse umane și materiale (este vorba desigur despre componentele variabile ale acestora, componenta fixă rămânând constantă).

c) Perioada lungă de timp: este suficientă pentru asigurarea unei **oferte elastice.** Sporirea producției se va realiza nu prin măsuri conjuncturale ci prin investiții susținute care determină modificarea cantităților folosite din toți factorii de producție și care au ca scop lărgirea capacităților de producție. În situația în care firmele aflate pe piață nu pot satisface cererea existentă, vor pătrunde pe piață firme noi.

Pentru a evidenția influența modificării prețului substituenților unui bun sau a prețului bunurilor complementare asupra ofertei unui anumit bun aflat în discuție, se calculează un coeficient de elasticitate încrucișată.

Elasticitatea încrucișată a ofertei unui bun în funcție de prețul altui bun reprezintă *mărima procentuală a modificării cantității oferite din bunul X sub influența modificării prețului unui bun Y cu 1 procent.*

Motivul pentru care se analizează separat această situație este acela că oferta pentru bunurile pentru care există substituenți, respectiv bunuri complementare, evoluează diferit de oferta bunurilor care nu pot fi substituite sau care nu au relație de complementaritate cu vreun alt bun.

$E_{\hat{Q}_x/Y} = \frac{\Delta Q_x}{Q_{x0}} : \frac{\Delta P_y}{P_{y0}}$, unde: $E_{\hat{Q}_x/Y}$ – coeficientul de elasticitate încrucișată al ofertei

bunului X în raport cu prețul bunului Y; ΔQ_x – variația ofertei bunului X de la o perioadă la alta; ΔP_y – variația prețului bunului Y între două momente de timp; Q_{x0} – cantitatea oferită din bunul X în momentul inițial; P_{y0} – prețul inițial al bunului Y.

REZUMAT

Firma de afaceri reprezintă o unitate economică de bază în jurul căreia polarizează subunități economice sub o singură conducere și gestiune financiară. Ea este alcătuită dintr-un grup de persoane organizate potrivit unor cerințe juridice, economice, tehnologice și manageriale care concep și desfășoară un complex de procese lucrative, concretizate în producerea de bunuri și servicii în scopul obținerii unui profit.

Procesul de producere al bunurilor economice presupune achiziționarea și combinarea factorilor de producție, adică a acelor resurse materiale și umane care sunt efectiv atrase în activitatea economică. Existența unui număr mare de combinații între factorii de producție utilizați a determinat folosirea *funcției de producție*.

Cu ajutorul funcției de producție se calculează eficiența utilizării factorilor de producție: productivitatea totală, medie și marginală. Dacă considerăm venitul producătorului o mărime fixă, iar prețurile factorilor de producție constante, alegerea

combinației optime presupune maximizarea funcției de producție $Q = f(x,y)$, în care Q (cantitatea de producție) trebuie maximizată.

Producerea de bunuri materiale și servicii necesită anumite cheltuieli cu factorii de producție. Ansamblul acestor cheltuieli necesare obținerii unui anumit volum de mărfuri și servicii, poartă denumirea de *cost de producție*. În vederea obținerii unui profit maxim, orice producător caută să-și minimizeze costurile de producție. Studiul costului de producție se face în două moduri:

1) pe o perioadă scurtă de timp, în care producătorul își modifică volumul producției suplimentând cantitatea utilizată din factorii variabili, iar capitalul fix (clădiri, echipament de lucru) rămân nemodificate.

2) pe o perioadă lungă de timp, în care producătorul își modifică volumul producției ca urmare a sporirii tuturor factorilor de producție (inclusiv a echipamentelor de lucru).

Cunoscând funcțiile de cost, întreprinzătorul are posibilitatea să determine curba ofertei produsului pe piață.

TESTE PENTRU AUTOEVALUARE

1. Care sunt principalele caracteristici ale Societăților în nume colectiv: a) asociații se împart în două categorii: comanditați și comanditari; b) utilizează capitaluri de dimensiuni mari; c) asociații se numesc acționari; d) răspundere nelimitată și solitară pentru toate actele îndeplinite; e) părțile sociale nu sunt transmisibile.

2. Care sunt principalele caracteristici ale Societăților cu Răspundere Limitată: a) asociații se împart în două categorii: comanditați și comanditari; b) utilizează capitaluri de dimensiuni mari; c) asociații se numesc acționari; d) răspundere nelimitată și solitară pentru toate actele îndeplinite; e) părțile sociale nu sunt transmisibile.

3. Care dintre următoarele nu reprezintă o formă de societate comercială: a) societatea cooperatistă; b) societatea cu răspundere limitată; c) societatea pe acțiuni; d) societatea în comandită simplă.

4. În care dintre următoarele variante pot exista acționari comanditari: a) societatea pe acțiuni; b) societatea în comandită simplă; c) societatea cooperatistă; d) societatea cu răspundere limitată; e) societatea în comandită pe acțiuni.

5. După criteriul instituțional, întreprinderile pot fi: a) societăți pe acțiuni; b) societăți cooperative; c) societăți comerciale; d) regii autonome; e) holdinguri; f) întreprinderi publice.

6. Care dintre elementele enumerate mai jos reprezintă trăsături ale factorilor de producție ce permit combinarea lor: a) divizibilitatea; b) adaptabilitatea; c) utilitatea; d) complementaritatea; e) perisabilitatea; f) utilitatea.

7. Cum se mai numește dreapta bugetului firmei: a) izoutilitate; b) izoproducție; c) izocost; d) izocuantă; e) izoindiferență.

8. Pe o curbă de izoproducție, rata marginală de substituție: a) rămâne constantă; b) crește; c) se micșorează; d) are o evoluție fluctuantă; e) se modifică direct proporțional.

9. Optimum producătorului desemnează situația în care: a) se maximizează producția; b) se minimizează costurile; c) calitatea bunurilor produse este mai ridicată; d) se produce cantitatea cea mai mare posibilă cu bugetul disponibil.

10. Când sunt descrescătoare randamentele de scară: a) sporul de factori de producție crește mai rapid decât sporul producției; b) sporul factorilor de producție crește mai încet decât sporul producției; c) sporul producției este tot mai mic; d) sporul producției este tot mai mare.

Problema 1. Funcția de producție a unei întreprinderi este: $Q(K,L)=K*L$. Dacă prețul unitar al factorului de producție capital este 5 u.m., iar al factorului muncă 10 u.m. și bugetul producătorului este 210 u.m., se cere: a) Determinați combinația optimă; b) Care este rata marginală de substituție în punctul de optim?

Problema 2. La o firmă 15 salariați lucrau 6 zile pe săptămână câte 10 ore pe zi, fiecare dintre aceștia realizând în medie 5 produse/oră. Cu cât ar trebui să crească productivitatea medie a muncii pentru a menține același nivel al producției totale (săptămânale) dacă durata muncii se reduce la 5 zile/săptămână și 8 ore/zi?

11. Costurile de oportunitate reprezintă: a) cheltuielile cu achiziționarea factorilor de producție necesari realizării activității; b) cantitatea de bunuri care nu pot fi realizate datorită producerii unui alt bun; c) remunerarea factorilor de producție care au participat la realizarea producției; d) remunerarea factorilor de producție care aparțin producătorului; e) cheltuielile de producție oportune.

12. În cadrul costurilor pe termen lung se modifică: a) numai costurile fixe; b) numai costurile variabile; c) numai costul unitar fix; d) toate costurile de producție; e) numai costul variabil mediu.

13. Care este relația care ne indică pragul de rentabilitate: a) $p \cdot Q = CTM$; b) $p \cdot CT = p \cdot Q$; c) $p \cdot Q = \min CTM$; d) $p \cdot Q = \min CVM$; e) $p \cdot Q = CT$; f) $p = CTM$.

14. Curba costului total mediu pe termen lung are următoarea formă: a) reunește punctele de minim ale curbelor costurilor totale medii pe termen scurt; b) unește punctele de minim ale costurilor variabile medii pe termen scurt; c) reprezintă suma costurilor totale medii pe termen scurt; d) trece prin punctele de maxim ale costurilor fixe pe termen scurt.

15. În cazul în care costul marginal depășește costul mediu, pentru orice creștere a producției: a) costul mediu trebuie să crească; b) costul mediu trebuie să scadă; c) costul mediu crește sau scade; d) costul mediu trebuie să rămână constant; e) costul mediu crește, scade sau rămâne constant.

Problema 3. Să se calculeze costul fix, costul variabil și costul total, cunoscând că pentru obținerea unei cantități de produse s-au efectuat următoarele cheltuieli (în mii u.m.): materii prime – 500 000; materiale – 50 000; cheltuieli de întreținere – 100 000; salarii directe – 100 000; salariile personalului administrativ – 25% din totalul costurilor de producție; amortizarea capitalului fix – 80 000; chirii – 90 000.

Problema 4. Se cunosc următoarele date privind evoluția costurilor unei firme:

Q	CF	CV	CT	CMF	CMV	CMT	Cm
0	720						
...							
30					min		20
...							
40						min	40

a) Completați datele care lipsesc. b) Care ar fi costul total al producției necesar fabricării a 29 de bucăți?

Problema 5. În t_0 , costurile variabile sunt de 20.000.000 u.m. și producția de 2.000 bucăți. În condițiile creșterii producției cu 25%, costul marginal este de 1,2 ori mai mare decât costul variabil mediu din t_0 . Să se determine: a) sporul absolut al costurilor totale; b) indicele costurilor variabile totale; c) arătați cu cât au crescut sau au scăzut costurile variabile totale.

RECOMANDĂRI BIBLIOGRAFICE:

1. Abraham – Frois, Gilbert, *Economie politică*, Ed. Humanitas, București, 1994, pag. 100 – 141, pag. 141-147, pag. 158-163;
2. Angelescu Coralia (coord.), *Economie*, Ed. Economică, București, 2000, pag. 92-100; pag. 102-104;
3. Bernier, B.; H.L. Védie, *Initiation à la microéconomie*, Ed. Dunod, Paris, 1995, pag. 61- 71;
4. Braudel, Fernand, *Jocurile schimbului*, Ed. Meridiane, București, 1995, pag. 383;
5. Clover, R.W.; Graves, Ph.E., *Intermediate Microeconomics*, Ed. Hartcourt Brace Jovanvich, Academic Pres, San Diego, 1988, pag. 135 – 168;
6. Dobrotă Niță (coord.), *Dicționar de economie*, Ed. Economică, București, 1999, p. 137-141;
7. Fudulu Paul, *Microconomie*, Editura Hiroyuki, București, 1997, pag. 95-109;
8. Samuelson, P.; W.D.Nordhaus, *Economie politică*, Ed. Teora, București, 2000, pag. 159 – 165;
9. Streinu Anca, *Dicționar de Economie*, Ed. Niculescu, București 2001, pag.105-106, pag. 123;
10. ***Legea nr.26/1990 privind Registrul Comerțului, republicată în 1998;
11. ***Legea nr. 133/1999 privind stimularea întreprinzătorilor privați pentru înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii.

Modulul IV

CONCURENȚA ȘI FORMAREA PREȚULUI PE DIFERITE PIEȚE

CONCEPTE DE BAZĂ:

- Capitolul 1 (*Unitatea de curs 1*): *Piața cu concurență perfectă*: Concurența; Structură de piață; Concurența perfectă; Echilibrul pe piața cu concurență perfectă; Perioadă ultrascurtă, scurtă, lungă;
- Capitolul 2 (*Unitatea de curs 2*): *Piața de monopol*: Monopol, Echilibrul pe piața de monopol, Monopson, Monopol bilateral;
- Capitolul 3 (*Unitatea de curs 3*): *Alte piețe cu concurență imperfectă*: Piața cu concurență monopolistică, oligopol, duopol, cartel.

OBIECTIVE URMĂRITE:

- 1) Să prezinte conținutul concurenței și criteriile pe baza cărora pot fi delimitate cele două forme ale sale: concurența pură și concurența imperfectă.
- 2) Să arate că forma pură a concurenței este o abstracție științifică dar ea servește ca model teoretic de analiză a mecanismului pieței, și o folosim pentru înțelegerea concurenței reale.
- 3) Să poată determina mecanismul de formare a prețului atât pe piața cu concurență perfectă, cât și imperfectă ;
- 4) Să arate în ce constă maximizarea profitului în cazul concurenței perfecte și în cazul monopolului;

RECOMANDĂRI PRIVIND STUDIUL:

- Ciobanu, Gheorghe (coord.), *Microeconomie*, Ed.Risoprint, Cluj-Napoca, 2007
- Bibliografia indicată în Silabus;
- Alte surse bibliografice indicate în urma discuțiilor cu tutorii;
- Discuții și analize realizate împreună cu tutorii, pe marginea temelor indicate spre studiu (formarea prețului pe diferite tipuri de piețe, profitul întreprinzătorului);
- Studii de caz;
- Rezolvări de probleme (tipuri de probleme pe teme: formarea prețului pe piața cu concurență perfectă și imperfectă, profitul întreprinzătorului);
- Răspunsuri la întrebări teoretice tip grilă.

REZULTATE AȘTEPTATE

Concurența și formarea prețului pe diferite piețe constituie un modul foarte important în cadrul manualului de Microeconomie, deoarece urmărește ca studentul să cunoască mecanismul formării prețurilor în condițiile pieței cu concurență perfectă și imperfectă. Pe această bază, el trebuie să capete deprinderi operative în calculul nivelului și dinamica profitului, precum și influenței exercitate de diferiți factori

asupra masei și ratei profitului. Folosind cunoștințele dobândite la tema ce tratează costurile de producție, studentul va putea calcula pragul de rentabilitate în condițiile diferitelor forme de producție, mergând până la individualizarea acestuia pe fiecare unitate de produs.

UNITATEA DE CURS 1 (CAP. 1)

Piața cu concurență perfectă

- Sinteză -

Cadrul general al concurenței

Unul dintre cele mai importante elemente ale pieței și una din trăsăturile esențiale a economiei de piață este, fără îndoială, **concurența**. Ea reprezintă un mod eficient de repartizare a resurselor, o procedură de descoperire a unor cunoștințe (informații) sistematice - referitoare la preferințele consumatorilor și posibilitățile tehnologice ale producătorilor - prin intermediul prețurilor de piață.

În același timp, sub presiunea concurenței (și urmărind realizarea scopurilor proprii), întreprinzătorii sunt determinați să introducă progresul tehnic și să crească productivitatea. Concurența pentru exploatarea eficientă a unor resurse limitate și pentru obținerea de noi mijloace de satisfacere a nevoilor individuale și colective la costuri mai scăzute și de o calitate mai ridicată, a contribuit substanțial la îmbunătățirea nivelului general de bunăstare materială și spirituală, la creșterea calității vieții. Concurența nu reprezintă numai un puternic factor de stimulare ci și un puternic factor coercitiv, eliminând firmele cele mai puțin performante și presând permanent în direcția reducerii prețului.

Privită ca *rivalitate* între indivizi (grupuri sau națiuni), concurența **apare întotdeauna când două sau mai multe părți luptă pentru ceva ce nu pot obține toți**.

Etimologic provine din latinescul **cum petere**, unde “**cum** = cu, împreună cu”, iar **petere** alături de sensul ostil de “a căuta să lovească, a ataca”, reține și sensul de “a căuta să atingă/să obțină, a urmări (dorind să obțină), a se îndrepta spre”.

Concurența presupune astfel existența rivalității *în*, și *prin*, activitatea economică, pentru apropierea unor bunuri rare, precum și pentru atingerea unor obiective ce nu pot realizate de către toți. Avem astfel imaginea unor persoane sau grupuri rivale care doresc și caută să obțină în același timp o parte cât mai mare din ceva care, insuficient fiind în raport cu dorințele tuturor, se cere împărțit într-o anume modalitate și după anumite criterii între ei (sau între o parte dintre ei).

Concurența înseamnă și realizarea și menținerea libertății economice. Se poate afirma că alături de raritate - deci de imposibilitatea realizării concomitente și integrale a scopurilor tuturor - libertatea economică constituie o altă “pre-condiție” a existenței și manifestării concurenței economice.

Concurența nu elimină cooperarea, cel puțin sub anumite forme, iar succesul unor competitori nu înseamnă neapărat un unic învingător. Cooperarea este o caracteristică fundamentală a societății, fără de care schimbul, activitatea economică, nu ar fi posibile. Urmărind atingerea unor scopuri proprii indivizii intră

în mod necesar în relații unii cu alții și, în anumite condiții și limite, cooperează în vederea realizării anumitor obiective comune - în măsura în care șansele de reușită vor crește în acest fel și dacă rezultatele așteptate vor fi considerate suficiente de către toți cei implicați ori pentru a se proteja mai bine în fața ofensivei altor competitori.

În toate variantele teoriei economice concurența, definită în moduri diferite, reprezintă un concept central. Ea apare într-o triplă accepțiune: *politici sau strategii comerciale ale firmelor; structură de piață; proces sau mecanism economic.*

Teoria economică atribuie sistemului concurențial un anumit **rol** și consideră că aceasta îndeplinește anumite **funcții** în cadrul sistemului economiei de mărfuri. Principalele avantaje au în vedere: *alocarea optimală a resurselor; stimularea progresului economic; creșterea eficienței economice; egalizarea treptată și relativă a condițiilor de producție; reducerea prețurilor mărfurilor; reglarea diviziunii sociale a muncii și stabilirea echilibrului la nivel micro și macroeconomic; căutarea, identificarea sau producerea și difuzarea informațiilor, precum și reglarea mișcării informațiilor economice; confruntarea cererii și ofertei; repartiția veniturilor.*

Principala delimitare făcută cu privire la conceptul de „concurență” este între concurența **perfectă** și concurența **imperfectă**, deși literatura economică reține și analizează și alte forme.

Concurența perfectă

Sursa conceptului de concurență perfectă poate fi identificată în noțiunea clasică de concurență, înțeleasă în forma sa de **liberă concurență**. Concurența liberă reprezintă, în primul rând, *negarea monopolului* și se opune oricărei intervenții a statului și amestecului factorilor exogeni de orice natură în cadrul procesului economic.

Spiritul liberei concurențe concentrează în sine credința că principala forță care pune în mișcare oamenii este *interesul individual*. Acest comportament este, în esența sa, individualist (egoist). Baza acestui spirit și acestui comportament concurențial o reprezintă *existența proprietății private* ca temelie a economiei.

Existența unui **număr suficient de mare de agenți economici** a fost considerată, de cele mai multe ori, singura cerință suplimentară (necesară și suficientă) pentru ca în cadrul unui **mediu economic liber** și caracterizat printr-un comportament bazat pe raționalitate economică, **libera concurență** să existe, să se manifeste și să asigure deplina realizare a funcțiilor sale.

Concurența perfectă este înțeleasă în prezent drept acea situație în care pe o anumită piață sunt îndeplinite în mod cumulativ următoarele **condiții și caracteristici**:

1. *Atomicitatea ansamblului economic;*
2. *Omogenitatea produsului;*
3. *Intrarea liberă în și ieșirea liberă din orice ramură de activitate;*
4. *Transparența perfectă a pieței;*
5. *Mobilitatea perfectă a factorilor de producție;*

Formarea prețului pe o piață cu concurență perfectă

Funcționarea economiei de piață, a schimbului în general, este legată și de prețul mărfurilor, de modul în care acesta se formează. La modul general el exprimă *raportul în care se schimbă două produse*. Într-o economie monetară, în care schimbul este intermediat, **prețul reprezintă suma de bani pe care o primește vânzătorul unui bun economic de la cumpărătorul acesteia**. Sub acest aspect, prețul este considerat *expresia bănească a valorii mărfurilor*.

Prețul se stabilește, se formează, pe piață, pe baza înțelegerii cumpărătorului cu vânzătorul, ca purtători ai cererii și ofertei, și ca urmare, este considerat un rezultat al pieței (sau determinat de piață): $P = f(C, O)$.

Prin **echilibrul pieței** înțelegem acea situație în care cantitatea de mărfuri cerută egalizează la cel mai ridicat nivel posibil oferta de marfă, iar prețul corespunzător punctului de echilibru reprezintă **prețul de echilibru**. Corespunzător acestui echilibru va rezulta **volumul tranzacțiilor** – adică cantitatea din marfa respectivă vândută și cumpărată pe piață – și **prețul de echilibru**.

Prețul de echilibru este un preț al cărui creștere diminuează cantitatea vândută (volumul tranzacțiilor), chiar dacă acest lucru este dorit de producători, în timp ce o reducere a sa atrage, de asemenea, scăderea cantității vândute, pentru că puțini agenți economici vânzători vor accepta acest lucru. El reprezintă, așadar, prețul la care cantitatea care se poate vinde dintr-o marfă este cea mai mare, când cererea și oferta satisfăcută corespunde celui mai mare volum de vânzări și cumpărări posibile pe piață.

În condiții de **liberă concurență** echilibrul pe piață se va stabili ca rezultat exclusiv al cererii și ofertei totale. Nici un agent economic participant pe respectiva piață nu poate influența în nici un fel stabilirea sa.

De câte ori pe piață există un preț superior celui de echilibru producătorii (sau în orice caz o parte dintre ei) vor rămâne cu anumite cantități de produse nevândute. Avem de a face într-o asemenea situație cu un *exces de ofertă*, cu o supraproducție relativă (în raport cu prețul prea mare solicitat pentru marfa respectivă).

În cazul în care prețul s-ar situa sub nivelul celui de echilibru, cererea va fi superioară ofertei, pe piață evidențiindu-se o *penurie de produse*, situație denumită *exces de cerere*.

Conform analizei echilibrului realizate de Alfred Marshall, distingem trei perioade de timp diferite: perioada de piață sau ultrascurtă (instantanee); perioada scurtă; și perioada lungă. Corespunzător fiecărei perioade, vom avea următoarele situații:

Echilibrul pe perioadă ultrascurtă (de piață)

Pe perioadă ultrascurtă sau de piață oferta este **rigidă**. Bunurile ce o formează sunt deja produse și se află pe piață. Ele se cer, așadar, vândute și vor fi vândute pe cât se va oferi. Prețul se va fixa în mod normal la acel nivel care permite vânzarea întregii cantități oferite în acest interval. Ca urmare, el este rezultatul exclusiv al unei anumite cereri.

Echilibrul pe perioadă scurtă

Perioada scurtă cuprinde acel interval de timp ce permite ajustări ale volumului producției, ca răspuns la fluctuațiile cererii, dar numai *în limita capacităților de producție existente*. Oferta nu mai este rigidă, dar gradul său de

elasticitate (în special sub raportul posibilităților de creștere a producției) depinde fundamental de gradul pre-existent de utilizare a acestor capacități.

Echilibrul pe termen lung

Dacă perioada considerată se prelungește, numărul factorilor variabili sporește, ca și capacitatea de adaptare a ofertei la cerere, cu precădere în raport de un volum al producției superior. Principalul factor la care ne referim este capacitatea de producție (capitalul fix). Corespunzător, modificarea cererii acționează mai puțin asupra prețului și mai mult asupra volumului producției și tranzacțiilor. Prețul pare a fi influențat mai mult de evoluția costurilor decât de cerere.

În concluzie – după Marshall – pe termen scurt cererea are rolul fundamental în stabilirea echilibrului, în timp ce pe termen lung rolul preponderent revine ofertei.

Maximizarea profitului pe piața cu concurență perfectă

Cum în condiții de concurență perfectă, atât vânzătorii cât și cumpărătorii privesc prețurile ca un factor exogen, ca un parametru exterior, asupra căruia nu au un control direct, maximizarea profitului presupune exclusiv o acțiune asupra nivelului propriei producții. Adică, stabilirea aceluși volum de producție care, în condiții date de costuri și de preț dat (sau de cerere, pe piețele monopolizate), asigură **obținerea celui mai ridicat profit total**. Iar acesta obiectiv reprezintă scopul existenței oricărei firme.

O firmă își va spori producția atâta timp cât din acest lucru va obține un câștig (profit) suplimentar, profit ce se va adăuga celui adus de cantitățile precedente. Așadar, ceea ce compară în permanență producătorul este venitul suplimentar obținut (venitul marginal) cu costul obținerii acestui venit, adică cu costul marginal. În condiții de concurență perfectă, modificarea producției unei firme nu este de natura a influența oferta totală și, deci, echilibrul pieței, iar ca urmare venitul suplimentar obținut va fi egal cu prețul de vânzare. Astfel, creșterea producției se justifică atâta timp cât: $(Vmg = p) > Cmg$. Pe cale de consecință, profitul maxim corespunde aceluși nivel al producției pentru care: $Vmg = p = Cmg$

Oferta pe termen scurt (O_i) corespunde unui segment a curbei costurilor marginale (Cmg), mai precis oferta pornește de la acel nivel valoric și al producției corespunzător costului mediu variabil minim (pragul de închidere/faliment) pentru *firmele în funcțiune*, respectiv de la nivelul costului mediu total minim (pragul de rentabilitate/de intrare pe piață) pentru *firmele noi*. Productivitatea marginală descrescândă antrenează creșterea costului marginal și conferă forma tipică curbei ofertei.

UNITATEA DE CURS 2 (CAP. 2)

PIAȚA DE MONOPOL

- Sinteza -

Definiția și ipotezele modelului

Cauzele existenței monopolului (sursa monopolului)

Cuvântul monopol, literal, înseamnă un singur vânzător. O firmă se află în situație de monopol dacă se constituie în unicul ofertant al unui produs omogen, având control complet asupra ramurii respective. Faptul că o firmă se află în situație de monopol înseamnă că nu există nimeni care să producă un substituent al produsului pe care îl realizează firma respectivă, iar firma în cauză este în stare să împiedice alte firme să-l producă.

În esență, cauzele existenței unui monopol pot fi următoarele:

- a) concentrarea progresivă a producției și eliminarea producătorilor mai puțin performanți, procesul, concurențial însuși conducând la constituirea monopolului denumit *monopol natural*.
- b) realizarea unei inovații sau crearea unui produs nou face din întreprinderea respectivă un distribuitor unic pe piață –creând o sursă temporară de monopol denumit *monopol inovational*.
- c) existența unor obstacole de reglementare sau legislative la intrarea concurenților pe piață (*monopol legal*).
- d) dreptul de proprietate asupra unor factori naturali cu calități deosebite: terenuri fertile, zăcăminte bogate, căi de transport favorabile etc, inaccesibile celorlalte firme conferă firmelor deținătoare un avantaj de cost care împiedică pătrunderea altor firme în ramura de activitate.

Firmele se pot afla în situație de monopol cel puțin un timp, existând însă riscul pătrunderii altor firme în domeniu. Dacă, pe termen scurt acest lucru este puțin probabil, *pe termen lung, nici o firmă nu este la adăpost de concurența internă sau externă*. Orice deschidere la comerțul internațional, eliminarea chiar și parțială a restricțiilor tarifare sau netarifare este de natură să genereze concurență, alterând situația de monopol.

Cererea către firmă și curba veniturilor unui monopol

Deoarece o firmă-monopol este singurul producător al produsului pe care îl vinde, curba cererii sale este identică cu curba cererii de piață pentru acel produs.

În aceste condiții, curba cererii de piață, care exprimă de fapt cantitatea totală pe care cumpărătorii o solicită corespunzător fiecărui preț, arată cantitatea pe care firma monopol va fi capabilă să o vândă corespunzător fiecărui preț. Curba cererii nu este fixată de firma-monopol, ea este rezultatul agregării cererilor individuale.

Echilibrul pieței de monopol pe termen scurt și lung

Maximizarea profitului

Ipoteza cea mai frecventă privind obiectivul monopolistului este de maximizare a profitului. Pentru a ilustra cum se poate atinge echilibrul în cazul unei firme-monopol interesate de maximizarea profitului, trebuie să cunoaștem funcția cererii și funcția costurilor. *Deoarece legea randamentelor descrescătoare caracterizează condițiile în care sunt produse bunurile indiferent de structura pieței, firmele-monopol au curbe de costuri, pe termen scurt, în formă de U, exact așa, cum au firmele perfect competitive.*

Oferta și monopolul

În timp ce cererea globală pe piața monopolistă este suma cererilor individuale ale unui număr foarte mare de cumpărători, oferta globală nu este altceva decât oferta individuală a monopolului. Ca și în cazul concurenței perfecte, oferta de monopol reprezintă cantitatea pusă în vânzare la un preț care-i asigură acestuia profitul maxim. **Nu există o curbă a ofertei de monopol, la aceeași cantitate prețul fiind diferit în funcție de elasticitatea cererii în raport cu prețul.** Pentru a ști cantitatea produsă corespunzător fiecărui preț, trebuie să cunoaștem atât curba cererii, cât și curba costului marginal.

În cazul în care firma-monopol are mai multe unități de producție, acestea operează în condiții de costuri diferite, ceea ce face ca problema echilibrului și a repartizării producției să fie caracterizate printr-o anumită specificitate. Costul marginal al monopolului reprezintă cel mai mic nivel al costului marginal înregistrat în oricare dintre unitățile de producție din care este constituit monopolul. Repartizarea optimă a producției monopolului între unitățile de producție are loc atunci când fiecare unitate produce acea cantitate pentru care costul său marginal este egal cu costul marginal al monopolului și cu venitul marginal al acestuia.

Monopsonul și monopolul bilateral

Monopsonul, oarecum este situația simetrică a celei prezentate mai sus. Atunci când pe o piață cererea este reprezentată, pe de o parte, de un singur cumpărător (o singură forță), iar pe de altă parte, de un număr mare de producători vorbim de o piață de tip monopson.

Asemenea situații se întâlnesc, atunci când într-o anumită regiune, pe piața forței de muncă există o singură întreprindere, care angajează forța de muncă cu o anumită calificare, de ex. regiunile miniere, unde practic minerii pot fi angajați de o singură întreprindere minieră.

În cazul în care atât oferta cât și cererea pe o piață este reprezentată de câte o întreprindere sau de câte o singură forță atunci avem de a face cu **monopol bilateral**. De exemplu, dacă o întreprindere este singura care angajează un anumit tip de muncă într-o regiune, fiind singurul cumpărător pe piața muncii respective, și oferta este monopolizată de un sindicat, avem de a face cu monopol bilateral.

UNITATEA DE CURS 3 (CAP. 3)

ALTE PIEȚE CU CONCURENȚĂ IMPERFECTĂ

- Sinteza -

Piețele cu concurență imperfectă au preluat anumite trăsături ale monopolului precum și ale pieței cu concurență perfectă. Formele pe care le îmbracă sunt multiple (piața cu concurență monopolistică, de oligopol, piețe oligopolistice, contestate sau disputabile, etc.) dar, în acest capitol ne vom referi doar la două dintre acestea și anume: piața cu concurență monopolistică și piața cu concurență de oligopol.

Piața cu concurență monopolistică

Piața cu concurență monopolistică este o structură de piață cu un număr mare de producători și consumatori, obiectul tranzacției fiind un produs neomogen (sau diferențiat).

Trăsăturile caracteristice ale acestui tip de piață

În analiza acestei piețe pornim de la ***principalele trăsături ale sale:***

1) Atomicitatea cererii și a ofertei, trăsătură prin care se aseamănă cu piața cu concurență perfectă;

2) Curba cererii adresată firmei este descrescătoare, prin care se aseamănă cu piața de monopol;

3) Diferențierea produsului, ceea ce înseamnă că un anumit bun prezintă deosebiri de la un producător la altul. Produsele sunt diferențiate dar suficient de substituibile pentru a satisface aceeași trebuință și a dezvolta concurența între producători. După unii economiști, **un produs diferențiat este acel produs sau grup de produse care sunt suficient de asemănătoare pentru a fi considerate variante ale aceluiași bun dar și suficient de diferite pentru a fi vândute la prețuri diferite**. Este cazul, în special al produselor manufacturate care ocupă o pondere din ce în ce mai mare în totalul celor care sunt destinate pe piață.

Diferențierea poate fi realizată:

a). *în mod real* - diferențiere reală sau efectivă - care are la bază *calitatea produsului sau complexitatea acestuia;*

b). *în mod iluzoriu* - adică *indus publicului prin diferite elemente care sunt percepute ca diferențe, ca de exemplu: mod de ambalare, de prezentare, de vânzare, reclamă publicitate, etc.*

O consecință importantă a acestei caracteristici este faptul că fiecare firmă are o curbă proprie a cererii.

4) Prețul produsului poate fi influențat în anumite limite de către producător, ceea ce înseamnă că firmele au o anumită putere pe piață. Dar, în acest caz apare o reacție a consumatorului care va cumpăra o cantitate mai mare sau mai mică. *De cele mai multe ori diferențele de calitate justifică diferențele care apar în prețul produselor*. De asemenea cumpărătorii, o mare parte a lor, preferă produsele de marcă, mai ales că firmele respective au posibilitatea să acționeze pe piață prin: publicitate, vânzări promoționale, oferte speciale de finanțare, etc.

Dar, produsul fiind substituibil, în cazul în care o firmă ar mări exagerat prețul acestuia, consumatorii vor alege un alt ofertant.

Prețul fiind decis de firmă, el este un preț administrat și se modifică mai greu decât unul care se fixează pe piață în funcție de jocul cererii și al ofertei. Aceasta deoarece firmele fabricând produse diferențiate sunt tentate să producă o cantitate mai mică din fiecare, și o schimbare frecventă a prețului nu ar fi posibilă decât cu costuri foarte mari. Firmele decid frecvența schimbării prețului fiecărui sortiment în parte calculând costul de oportunitate al acestor schimbări, care sunt date de pierderile înregistrate dacă nu se apelează la schimbări.

5) Deciziile producătorilor sunt relativ independente, fiecare ofertant având propriul segment de piață. Aceasta înseamnă că fiecare firmă ignoră reacțiile posibile ale competitorilor și ia decizii în mod independent, mai ales, în legătură cu prețul și cantitatea, ținând cont numai costuri și cerere.

6) Înlocuirea concurenței prin preț cu concurența prin produse (concurența non preț)

7) Intrarea liberă pe piață a firmelor

8) Simetria. În momentul în care o firmă intră pe piața unui produs, ea are capacitatea de a capta un anumit număr de clienți astfel încât celelalte firme vor fi nevoite să-și micșoreze vânzările, iar curba cererii se va deplasa spre stânga;

9) Folosirea incompletă a capacităților de producție, ceea ce înseamnă că fiecare firmă va realiza un cost total mediu superior celui pe care l-ar realiza pe o piață cu concurență perfectă. În acest caz, firmele de pe o piață cu concurență monopolistică sunt competitive chiar dacă au economii de scară neexploatate, adică vor produce în condițiile în care se situează pe partea negativă a curbei costului total mediu;

10) Prețul produsului este mai mare comparativ cu o piață cu concurență perfectă dar mai mic comparativ cu o piață de monopol

11) Profitul pe care-l obține o firmă care acționează pe o asemenea piață este mai mic comparativ cu o piață de monopol, și se obține doar pe termen scurt. Comparativ cu o piață cu concurență perfectă, profitul este mai ridicat mai ales în cazul firmelor care realizează produse de calitate superioară.

Echilibrul pieței pe termen scurt

Cererea. O firmă, având un produs diferențiat, se comportă pe piață asemenea unui monopol. Spre deosebire de acesta, însă, ea nu poate atrage toți cumpărătorii și de aceea curba cererii adresată firmei va avea o pantă descrescătoare, și nu infinit elastică, așa cum este cazul unei firme care acționează pe o piață cu concurență perfectă.

Aceasta înseamnă că o firmă care acționează pe o asemenea piață are un anumit grad de monopolizare a clientelei.

Echilibrul presupune realizarea aceluși nivel al producției – denumit *optim* – care să asigure maximizarea profitului anual.

În aceste condiții, **prețul produsului** va fi stabilit în funcție de **cantitatea optimă** și de **curba cererii**, care exprimă comportamentul consumatorului.

Condiția care trebuie respectată, pentru atingerea echilibrului este: $C_{mg} = V_{mg}$, C_{mg} = costul marginal, V_{mg} = venitul marginal

Echilibrul pieței pe termen lung

În general, **o firmă care acționează pe o piață cu concurență monopolistică obține profituri ridicate pe termen scurt.** Din acest motiv *alte firme sunt atrase în branșă*, ceea ce va modifica echilibrul pieței.

În primul rând, va avea loc o creștere a ofertei totale pe piață, iar dacă cererea totală nu va spori în aceeași măsură, fiecare firmă va fi nevoită să-și restrângă activitatea. Ca atare, *curba cererii adresată fiecărei firme se va deplasa spre stânga, iar profitul fiecărei firme se va micșora.*

În concluzie, echilibrul pe termen lung prezintă următoarele caracteristici:

- ✓ *prețul este mai mare comparativ cu costul marginal*, ca în cazul monopolului, ceea ce determină **obținerea unui profit mai ridicat**, comparativ cu piața cu concurență perfectă, unde prețul este identic cu costul marginal;
- ✓ deoarece dreapta cererii este descrescătoare, în punctul de optim, *venitul marginal este inferior prețului de echilibru*;
- ✓ pe termen lung, *prețul de echilibru este identic cu costul total mediu*, ca și în cazul concurenței perfecte, *ceea ce face posibilă intrarea și ieșirea firmelor din branșă numai până în momentul în care profitul se anulează.* Prin această condiție, concurența monopolistică se deosebește de monopol, care obține un profit ridicat pe termen lung;
- ✓ **În cazul concurenței monopolistice, pe termen lung, punctul de optim se situează la stânga punctului de minim al costului total mediu, ceea ce determină apariția unor capacități de producție în exces;**

Oligopolul

Oligopolul este *un tip de piață cu concurență imperfectă care se caracterizează prin prezența pe piața unui bun a unui număr mic de producători și unui număr mare de consumatori.*

Pe o piață cu concurență de tip oligopol, acțiunile unui producător anume, de pe piața respectivă au o influență semnificativă asupra concurenților săi, respectiv pe piață există un număr suficient de mic de producători pentru ca acțiunile lor să fie interdependente. În această categorie sunt incluse, de regulă, situațiile în care piața este dominată de câteva firme de dimensiuni mari, fără a exclude însă existența unui număr mai mare sau mai redus de producători mici, cu o influență redusă pe piață, motiv pentru care nu prezintă interes studierea comportamentului acestora.

Oligopolurile constituie, așadar, forme tipice de concentrare a producției și capitalurilor în firme mari. Marile firme sau giganții industriali care acționează în economiile de piață intră în concurență fie în cadrul aceluiași **produs omogen** (oțel, aluminiu, ciment), fie în cadrul unor **produse diferențiate** (automobile, televizoare, calculatoare, avioane etc).

Trăsăturile specifice oligopolului pot fi sintetizate după cum urmează:

- *Un număr restrâns de firme de mari dimensiuni care acoperă cererea de pe piață și au o eficiență ridicată*

- *Firmele au posibilitatea de a influența prețul dar nu sunt nici „price takers”, nici „price makers” ci sunt firme care caută prețul, respectiv „price seekers”.*
- *Deciziile fiecărei firme sunt influențate de deciziile firmelor concurente. Firmele își construiesc strategii în cadrul cărora iau în considerare reacția celorlalte firme la propriile decizii*
- *Sunt forme stabile de organizare a pieței, datorită faptului că o creștere a volumului producției peste o anumită limită nu mai asigură o scădere a costurilor și, prin urmare, firma oligopolistă nu este stimulată să obțină monopolul asupra produsului.*

În cele ce urmează vom prezenta o **clasificare prealabilă** a formelor de oligopol, clasificarea fiind necesară în înțelegerea mecanismului de adoptare a deciziilor de piață în cadrul acestui tip de concurență.

a. În funcție de *gradul de coordonare* existent între politicile de piață ale firmelor:

- *Oligopol perfect coordonat* caracterizat prin centralizarea vânzărilor tuturor firmelor participante de către un sindicat sau prin încheierea de convenții de cartel între firmele respective.
- *Oligopol parțial coordonat* poate fi întâlnit în situații în care în cadrul industriei respective există o **firmă leader** care le influențează pe celelalte având caracter dominant cât și în situații în care între firmele oligopoliste există o **cooperare voluntară** (fără leader) dată de preocuparea realizării unui interes comun
- *Oligopol fără coordonare* care se poate referi la trei situații și anume: 1) *un război deschis în domeniul prețurilor*, între firmele care activează în industrie, 2) *oligopol supercompetitiv*, în care firme independente produc bunuri ușor diferențiate, se pândesc reciproc și practică politici agresive de vânzare, 3) *oligopol în lanț caz* în care relațiile concurențiale sunt înlănțuite (firma A este dominantă în raport cu firmele B și C iar firma C este dominantă în raport cu D și E etc)

b. În funcție de *diferențierea produselor*:

- *Oligopol pur* situație în care produsele sunt *omogene* (cele mai frecvente cazuri sunt piața oțelului, cimentului, aluminiului) iar concurența va fi realizată prin preț sau cantitate.
- *Oligopol diferențiat*: constă în concurența între firme care produc bunuri *diferențiate*, gradul de diferențiere fiind în relație inversă cu gradul de dependență dintre firme.

c. În funcție de situația *maximizării profitului*:

- *Oligopol complet* care apare în situația în care legăturile reciproce dintre firme sunt atât de puternice încât se poate acționa astfel încât la nivel de grup profitul cumulat să fie maximizat. Situația este ideală din punct de vedere practic, întrucât este un obiectiv greu de îndeplinit, având în vedere complexitatea deciziilor care trebuie luate în cadrul oligopolului
- *Oligopol parțial* mai des întâlnit în practică presupune neîndeplinirea condițiilor din cadrul oligopolului complet, respectiv situația în care

fiecare firmă acționează astfel încât să își maximizeze propriul profit iar profitul cumulat la nivelul grupului nu este maximizat.

d. După caracterul de *atomicitate* al cererii și al ofertei:

- *Oligopson* situație în care oferta își păstrează caracterul de atomicitate iar cererea este redusă la un număr restrâns de cumpărători
- *Duopson* situație în care se păstrează caracterul de atomicitate al ofertei dar pe piață există doar doi cumpărători
- *Oligopol* situația în care oferta își pierde caracterul de atomicitate, pe piață existând un număr mic de ofertanți iar cererea își păstrează atomicitatea (de fapt acesta fiind cazul *clasic* de oligopol)
- *Duopol* situație în care oferta își pierde caracterul de atomicitate, pe piață existând doar doi producători-ofertanți iar numărul de cumpărători fiind mare (se păstrează caracterul de atomicitate al cererii)

În literatura economică, **duopolul** constituie cel mai cunoscut cadru de studiu pentru situațiile oligopolistice. Analiza interacțiunii strategice într-un cadru restrâns este mai facilă, întrucât permite înțelegerea comportamentului firmelor pe baza unui număr de patru variabile: prețurile fiecărei firme și cantitățile produse de fiecare firmă. Omogenitatea produsului (regăsită în cazul *oligopolului pur*) constituie o ipoteză importantă pe care se bazează întreaga analiză.

Cartelul

Dacă firmele urmăresc să limiteze conflictul dintre ele, ele se comportă în mod **cooperant**. **Un cartel** este o organizație formată din mai multe firme independente, care realizează produse similare și colaborează în ceea ce privește prețul și outputul care să maximizeze profitul total. Deși legislațiile prevăd în majoritatea cazurilor restricționarea firmelor de a încheia acorduri în scopul fixării prețurilor sau împărțirii piețelor, acestea de cele mai multe ori sunt tentate să ajungă la înțelegeri. Astfel, firmele urmăresc să practice **aceleași prețuri**, să își mărească **profiturile** și să **reducă gradul de risc** al afacerilor pe care le desfășoară prin restrângerea competiției. Studiile recente arată că numeroase firme sunt bănuite de asemenea practici, companiile aeriene fiind cel mai des acuzate de comportament cooperant ilegal.

Un cartel se comportă ca un *monopolist* și urmărește *maximizarea profitului total*, urmând apoi ca acesta să fie împărțit între firmele care formează cartelul.

REZUMAT

Piața cu concurență perfectă are, în cele mai multe cazuri, o existență teoretică, dar permite înțelegerea modului de determinare a prețului de echilibru pentru un anumit produs, în funcție de raportul dintre cerere și ofertă. Prin urmare, pe o piață cu concurență pură și perfectă există o suveranitate a pieței, iar agenții economici sunt doar "receptori de preț".

PE O PIAȚĂ CU CONCURENȚĂ PERFECTĂ PREȚUL DE ECHILIBRU SE FORMEAZĂ PRIN CONFRUNTAREA CERERII TOTALE CU OFERTA TOTALĂ PENTRU FIECARE BUN ECONOMIC ÎN PARTE. ACEST PREȚ DETERMINĂ ECHILIBRUL PIEȚEI UNUI BUN CARE NE INDICĂ ÎNTÂLNIREA INTERESELOR CUMPĂRĂTORILOR CU CELE ALE OFERTANȚILOR. ECHILIBRUL PIEȚEI PENTRU UN BUN SE REALIZEAZĂ PRIN RESPECTAREA CONDIȚIEI URMĂTOARE: $O(P) = D(P)$

În continuare se prezintă modul de formare a prețului pe piețele cu concurență imperfectă, în special de tip: monopol, monopolistic, oligopol, monopson, etc.

Toate acțiunile desfășurate în cadrul economiei de piață încep și se sfârșesc prin calcularea atentă, exigentă și obiectivă a fiecărui element de cheltuială precum și a surselor aducătoare de profit. De aceea, *profitul* reprezintă unul din conceptele cheie ale teoriei și practicii economice. Problemele dezbătute în literatura de specialitate au vizat *originea* profitului, *sursele* lui de formare, *formele* de manifestare și *modalitățile* de însușire.

TESTE PENTRU AUTOEVALUARE

1. Ce se înțelege prin *skimming price*: a) prețul unui produs la lansarea pe o piață și care la început include un profit ridicat; b) prețul la care un ofertant este dispus să-și vândă marfa sau un cumpărător este dispus să achiziționeze un produs; c) prețul fixat de o firmă pentru un bun și care este adoptat și de firmele concurente; d) care se formează prin jocul liber al cererii și al ofertei; e) sunt prețuri fixate de stat.
2. În vederea maximizării profitului, un monopol are posibilitatea: a) să mărească atât volumul producției cât și prețul de vânzare al produsului; b) să micșoreze atât volumul producției cât și prețul produsului; c) să mărească volumul producției și să micșoreze prețul; d) să micșoreze volumul producției și să mărească prețul produsului; e) nici o variantă nu este corectă.
3. În cazul unui monopol spre deosebire de o piață cu concurență perfectă: a) prețul produsului este mai mare; b) prețul bunului este mai mic; c) există o identitate între prețurile practicate pe cele două tipuri de piețe; d) nu se poate stabili nici o legătură între prețurile practicate pe cele două tipuri de piețe.
4. În cazul unui *cartel* prețul este stabilit: a) de o singură firmă; b) prin înțelegere între mai multe firme din cadrul cartelului; c) calculându-se media ponderată a prețurilor fiecărei firme; d) de către firma dominantă; e) nici un răspuns nu este corect.
5. Situația firmei barometru presupune: a) stabilirea prețului prin înțelegere între firmele care compun branșa aceluși bun; b) stabilirea unui for de conducere la nivelul firmelor care compun branșa pentru stabilirea prețului; c) stabilirea prețului bunului respectiv de către o singură firmă; d) prețul este stabilit de firma dominantă.

Problema 1. Presupunem că cererea de portocale este dată de următoarea relație: $P = 80 - 4Q_c$, unde P este prețul în milioane u.m. / tonă, iar Q_c este cantitatea cerută de portocale în tone. Presupunem că oferta de portocale este: $P = 12Q_o$, unde Q_o este cantitatea oferită de portocale în tone. a) Care este prețul de echilibru și cantitatea de echilibru? b) Dacă guvernul ar impune un preț de 70 milioane u.m./t, cât ar fi surplusul de ofertă?

Problema 2. Funcția ofertei de automobile este următoarea: $Q_o = 100 + 30P$, unde Q_o este cantitatea oferită, iar P este prețul mediu al automobilelor (milioane u.m.). Dacă cererea de automobile este $Q_c = 1900$ bucăți, iar guvernul impune un preț minim al automobilelor de 50 milioane u.m., va exista un excedent de cerere sau de ofertă? a) Cât de mare va fi acesta? b) Dacă prețul minim impus de guvern ar fi de 70 milioane u.m., care ar fi situația pe piața acestui produs?

RECOMANDĂRI BIBLIOGRAFICE:

1. Abraham-Frois, Gilbert, *Economie politică*, ediția a II-a, Ed. Humanitas, București, 1998, pag. 215 - 285;
2. Angelescu Coralia (coord.), *Economie*, Ed. Economică, București, 2000, pag. 170-184;
3. Dobrotă, Niță (coord.), *Dicționar de economie*, Ed. Economică, București, 1999; pag.344 – 347; pag. 373-374;
4. Gherasim, Toader, *Microeconomie*, vol. II, Ed. Economică, București, 1994, pag. 77 – 199;
5. Iancu, Aurel, *Tratat de economie*, Ed. Economică, București, 1993, pag. 224-226.
6. Nicholson, Walter, *Microeconomic Theory*, Ed. A VI-a, Dryaden Press, 1995, pag. 443 – 667.