

Material Bibliotecă

CONCURENȚA

Concurența reprezintă confruntarea dintre agenții economici (producători sau consumatori) pentru obținerea unor condiții cât mai bune de producție, desfacere și pentru desfășurarea altor activități economice în scopul maximizării intereselor (a profitului - pentru producător, a satisfacției - pentru consumator).

Concurența este o **trăsătură fundamentală** a economiei de piață. Ea este posibilă numai dacă:

- prețurile sunt libere;
- agenții economici dispun de liberă inițiativă;
- există un cadru democratic ce reglementează „regulile jocului”;
- agenții economici sunt numeroși.

Competiția dintre agenții economici participanți la actele de vânzare-cumpărare vizează trei aspecte: **cantitatea, calitatea și prețul** bunurilor aduse pe piață.

Amploarea concurenței este determinată de următorii factori:

- numărul agenților economici vânzători și cumpărători;
- puterea agenților economici vânzători și cumpărători;
- gradul de diferențiere a produselor;
- gradul de transparență a pieței-possibilitățile de informare;
- capacitatea societății de a stimula creativitatea.

Concurența, fiind o confruntare, presupune utilizarea unor mijloace și instrumente specifice în vederea atingerii intereselor. Aceste mijloace pot fi economice și extraeconomice.

Mijloace economice:

- reducerea prețului ca urmare a reducerii costurilor;
- îmbunătățirea calității bunurilor și serviciilor;
- diversificarea structurii sortimentale a bunurilor oferite;
- acordarea unor avantaje cumpărătorilor.

Mijloace extraeconomice:

- corupția;
- spionajul economic;
- șantajul;
- furtul de informații și documente;
- reclama bazată pe informații false;
- sponsorizarea.

Concurența îndeplinește următoarele funcții:

- Stimulează progresul general, întrucât incită la inovație, creativitate, economisirea resurselor, satisfacerea mai bună a nevoilor.
- Diferențiază agenții economici pe criterii de eficiență - îi favorizează pe cei creativi, abili, întreprinzători, îi elimină pe cei ineficienți.
- Conduce la diversificarea ofertei, reducerea costurilor și a prețurilor.
- Permite cumpărătorului să găsească ofertantul cu prețul cel mai bun.

Insuficient reglementată, concurența poate determina:

- risipa de resurse;
- concentrarea forței economice și, în special ca urmare a acestui aspect, deprecierea calității produselor și defavorizarea consumatorilor.

În funcție de metodele folosite în competiția dintre agenții economici, concurența poate fi:

- loială, corectă, legală;
- neloială, incorrectă, ilegală.

Concurența este loială, corectă, legală - dacă sunt folosite mijloace economice și sunt respectate normele în vigoare.

Concurența este neloială, incorrectă, ilegală - dacă sunt folosite metode extraeconomice ca: înțelegeri cu caracter de monopol, răspândirea de informații false despre concurenți sau sunt încălcate normele în vigoare.

În funcție de modul de satisfacere a intereselor agenților economici concurența poate fi:

- perfectă - tinde spre cea mai bună satisfacere a intereselor agenților economici;
- imperfectă - când lipsește cel puțin una din trăsăturile concurenței perfecte.

Caracteristicile pieței cu concurență perfectă:

- **Atomicitatea perfectă** - agenții economici, vânzători și cumpărători, sunt mulți și au putere economică mică.
- **Omogenitatea produselor** - pe piață se găsesc produse identice provenind de la agenți economici diferiți.
- **Transparentă perfectă** - orice agent economic poate să obțină informații despre cantitatea, calitatea și prețul bunurilor și serviciilor oferite de ceilalți agenți economici.
- **Intrare și ieșire liberă pe / de pe piață** - după criterii de eficiență, un agent economic intră pe piață când prețul este mai mare decât costul total mediu și ieșe de pe piață când costul total mediu este mai mare decât prețul.
- **Mobilitate perfectă a factorilor de producție** - orice agent economic poate găsi în orice moment factorii de producție de care are nevoie: muncă, pământ, capital.

Piața cu concurență pură și perfectă este mai degrabă un model teoretic, un etalon greu de găsit ca atare în realitatea economică.

Formarea prețului pe piața cu concurență perfectă

Pe piața cu concurență perfectă, prețul se formează prin interacțiunea dintre cerere și ofertă. Prețul de echilibru corespunde nivelului la care cererea se egalează cu oferta la cel mai înalt nivel de vânzări și cumpărări.

Pe piața cu concurență perfectă:

- dacă prețul scade, cantitatea cerută crește;
- dacă prețul crește, cantitatea oferită sporește;
- prețul de echilibru se constituie la cea mai mică diferență dintre cerere și ofertă.

Pe piața cu concurență perfectă, la nivelul prețului de echilibru profitul este cel mai mare, deoarece venitul marginal (V_{mg}) = costul marginal (C_{mg}) = prețul (P).

Dintre alte tipuri de piață decât cea cu concurență perfectă, este util să menționăm **piața cu concurență monopolistică**, **piața cu concurență oligopolistică**, **piața cu concurență de monopol**, **piața cu concurență monopsonică**, respectiv **oligopsonică**.

Piața cu concurență monopolistică are următoarele caracteristici:

- atomicitatea cererii și ofertei;
- diferențierea produselor;
- grad ridicat de satisfacere a cererii;
- posibilități multiple de alegere.

Formarea prețului pe piața cu concurență monopolistică

În condiții de concurență monopolistică, prețul se supune unor tendințe contradictorii:

- tinde să crească din cauza cheltuielilor promoționale sporite;
- tinde să scadă prin preocuparea firmelor pentru creșterea vânzărilor.

Pe termen scurt:

- maximizarea profitului total se va realiza la acel volum al producției la care $C_{mg} = V_{mg} = P$;
- firma monopolistică poate exercita putere de monopol prin marca de fabricație;
- prețul este mai mare decât costul total mediu și costul marginal, prin urmare firma obține supraprofit.

Pe termen lung, pe piața cu concurență monopolistică:

- se intensifică concurența întrucât pe piață intră mai multe firme;
- dreapta costului unitar este tangentă cu curba costului marginal;
- maximizarea profitului se realizează când $V_{mg} = C_{mg}$.

Pe piața cu concurență monopolistică, concurența se realizează prin produse.

Piața cu concurență de oligopol are următoarele caracteristici:

- ofertanți puțini cu forță economică mare;
- fiecare producător poate influența piața prin deciziile sale;
- fiecare oferentă ține seama de deciziile celorlalți;
- cumpărători mulți - atomicitatea cererii;
- cumpărătorii au putere economică redusă;
- dificultăți la intrarea pe piață.

Principala piață cu concurență imperfectă în economia de piață contemporană este oligopolul. Firmele aflate în concurență pot oferi bunuri omogene sau diferențiate. Firmele de oligopol pot încheia înțelegeri de tip cartel sau trust privind fixarea prețurilor, modul de modificare al lor, împărțirea piețelor.

Formarea prețului pe piața cu concurență de oligopol

Prețul în condiții de oligopol se formează în funcție de comportamentul firmelor și are caracteristicile unui joc strategic. În cazul oligopolului necooperant, orice decizie a unui producător influențează deciziile celuilalt. Fiecare firmă va avea un comportament de adaptare.

Interdependența și incertitudinea sunt caracteristicile cele mai importante ale piețelor de tip oligopol. Incertitudinea poate fi eliminată în cazul înțelegerilor de tip cartel. În acest caz se urmărește maximizarea profitului „reunit”.

Piața cu concurență de monopol

Piața cu concurență de monopol se caracterizează prin dominația unui singur producător, deoarece produce și vinde un bun economic pentru care nu există înlocuitori. Firma impune cantitatea, calitatea și prețul bunului respectiv.

Există și piață cu monopol controlat - monopol legal, acceptat în domenii în care concurența este considerată dăunătoare interesului public: de exemplu companiile de distribuire a energiei electrice, a gazului, a apelor potabile, a brevetelor de invenție, dreptului de autor și mărcilor comerciale etc.

Legile antitrust au fost introduse pentru a proteja concurența. Legea interzice fuziunea între firme mari dacă prin aceasta se ajunge la situație de monopol.

Formarea prețului pe piață cu concurență de monopol

În condiții de monopol, prețul este un factor endogen și depinde de:

- evoluția cererii și a costului de producție;
- veniturile încasate;
- mărimea profitului.

Chiar dacă monopolul exercită controlul asupra prețului, nu poate controla cantitatea cerută. Creșterea prețului determină scăderea cererii.

Situată de monopol este temporară, în aceste condiții fiind luate în considerare și modalități alternative de gestiune:

- maximizarea cifrei de afaceri - pentru a împiedica intrarea altor agenți economici pe piață.
- gestiunea în stare de echilibru - profit nul, practicată de monopolurile publice.
- stabilirea prețului la nivelul costului marginal - în monopoluri cu administrare publică

Piața cu concurență monopsonică sau oligopsonică

Piața cu concurență monopsonică presupune un număr mare de oferanți ai unui bun sau serviciu omogen dar un cumpărător unic.

Exemplu: pentru anumite tipuri de echipamente destinate tehnicii aerospațiale pe piață americană, singurul cumpărător este NASA.

În acest caz cumpărătorul determină prețul.

Piața cu un număr mic de cumpărători este o piață cu concurență **oligopsonică**, oferta păstrându-și atomicitatea.