Tema 7: Esenţa, structura şi infrastructura pieţei.

În această temă a necesar de analizat două întrebări de bază:

1. Esenţa, trăsăturile, mecanismele, formele şi funcţiile pieţei.
2. Infrastructura pieţei contemporane.

La prima întrebare – “Esenţa, trăsăturile, mecanismele, formele şi funcţiile pieţei”- se cere examinarea conţinutului pieţei.

**Piaţa** – locul unde sunt exercitate tranzacţiile de cumpărare-vânzare, determinate de cerere şi ofertă. Condiţiile de apariţie a pieţei: diviziunea socială a muncii; autonomizarea economică a producătorului de mărfuri; libertatea economică a producătorului de a decide: Ce? Cum? Pentru cine?

Trăsăturile pieţei: concurenţa liberă dintre producătorii de mărfuri şi proprietarii de resurse; migrarea liberă a capitalului, resurselor şi forţei de muncă între ramuri şi regiuni; realizarea mărfurilor pe preţuri de echilibru, care reflectă real corelaţia dintre cerere şi ofertă.

Mecanismele pieţei: cererea, oferta, preţul, concurenţii. Subiecţii pieţei: producătorii de mărfuri şi servicii; consumatorii individuali şi colectivi; asociaţiile financiare şi băncile; organizaţiile obşteşti; statul şi organele administraţiei publice locale.

Formele pieţei:

1. piaţa reală, care reflectă cererea şi oferta de bunuri de consum şi de factori de producţie;
2. piaţa fictivă, care exprimă confruntarea dintre cererea şi oferta titlurilor de proprietate asupra acestor bunuri, vânzarea-cumpărarea de semne băneşti ale bunurilor corporale;
3. piaţa liberă bazată pe libera concurenţă;
4. piaţa reglată, care presupune intervenţia limitată a statului în activitatea economică.

Funcţiile pieţei:

1. funcţia informaţională, care constă în informarea agenţilor economici referitor la sortimentul şi calitatea mărfurilor şi serviciilor prestate pentru piaţă;
2. funcţia de intermediar în relaţiile economice dintre producători şi consumători de produse şi servicii;
3. funcţia de formare a preţurilor de echilibru sub influenţa cererii şi ofertei;
4. funcţia de reglare a cererii şi ofertei;
5. funcţia de asanare, care constă în susţinerea întreprinzătorilor rentabili şi eliminarea agenţilor economici necompetitivi.

La întrebarea a doua – “Infrastructura pieţei contemporane”- trebuie să fie analizate următoarele elemente ale infrastructurii:

1. crearea unui sistem comercial ce cuprinde magazine de diferite dimensiuni, atât omogene cât şi diversificate;
2. crearea sistemului de burse (bursele de mărfuri, bursa muncii, bursa de valori);
3. crearea sistemului bancar adecvat cerinţelor economiei de piaţă;
4. crearea sistemului de instruire a cadrelor;
5. elaborarea cadrului juridic de funcţionare a economiei de piaţă;
6. crearea sistemului de asigurare;
7. crearea instituţiilor de audit şi consalting;
8. crearea sistemului comunicaţional şi informaţional;
9. crearea sistemului publicitar, numit – “transparenţa pieţei” (reclama, informarea consumatorilor referitor la calitatea mărfurilor, preţuri, calitatea produselor etc.)

Tema 8: Piaţa bunurilor de consum şi mecanismul funcţionării ei.

La această temă trebuie pus accentul pe analiza următoarelor întrebări:

1. Cererea la bunurile de consum şi factorii ce determină mărimea ei. Legea şi elasticitatea pieţei.
2. Oferta bunurilor de consum şi factorii ce determină mărimea ei. Legea şi elasticitatea ofertei.
3. Interacţiunea dintre cerere şi ofertă.

\* \*

\*

La prima întrebare – “Cererea la bunurile de consum şi factorii ce determină mărimea ei. Legea şi elasticitatea pieţei”- e necesar de analizat conţinutul noţiunii economice “cererea”.

**Cererea** – cantitatea de mărfuri sau servicii care pot fi cumpărate într-o unitate de timp la preţul curent.

**Legea cererii**: micşorarea preţurilor cauzează majorarea cantităţilor de mărfuri solicitate pe care le poate achiziţiona consumătorul şi invers: majorarea preţurilor micşorează cantitatea cererii.

Modificările care se produc în cerere în dependenţă de modificările care au loc în preţuri poartă denumirea de **elasticitate a cererii**. Procentul modificării cererii în funcţie de schimbarea preţului se numeşte coeficientul elasticităţii cererii. În funcţie de mărimea acestui coeficient, cererea pentru diferite bunuri poate fi elastică, inelastică sau unitară.

Asupra cererii, afară de preţ, influenţează următorii factori (determinanţi):

1. gusturile şi preferinţele consumătorului;
2. veniturile cumpărătorului;
3. schimbarea preţurilor la mărfurile substituante;
4. schimbările în aşteptările consumătorului;
5. schimbarea în numărul de consumători.

Modelele cererii:

1. cerere individuală, care cuprinde nivelul microeconomic şi se răsfrânge asupra unor mărfuri sau grupe d mărfuri;
2. cerere totală sau agregată este cererea asupra mărfurilor şi serviciilor la nivel macroeconomic. Cererea totală reflectă volumul real al venitului naţional pe care consumătorii, întreprinderile şi statul sunt gata să-l procure la diferite niveluri de preţuri.

La întrebarea a doua – “Oferta bunurilor de consum şi factorii ce determină mărimea ei. Legea şi elasticitatea ofertei”- e necesar de analizat conţinutul noţiunii de “ofertă” şi atributele ei.

**Oferta** reprezintă cantitatea de mărfuri şi servicii pe care producătorii le pot oferi cumpărătorilor la preţuri curente într-o anumită perioadă de timp.

**Legea ofertei**: dacă preţul produsului creşte sau scade, atunci volumul ofertei la fel creşte sau scade.

Modelele ofertei:

1. oferta individuală – cantitatea de mărfuri sau servicii pe care le propune vânzătorul (producătorul) sau firma pentru realizare la piaţă;
2. oferta totală (agregată) – cantitatea de mărfuri şi servicii pe care le oferă pieţei producătorii în ansamblu. Oferta totală se manifestă la nivel macroeconomici.

Factorii ce influenţează oferta individuală:

1. schimbările în costurile de producţie;
2. schimbarea preţurilor la mărfurile alternative;
3. schimbarea în numărul firmelor care produc bunuri similare;
4. schimbarea impozitelor, taxelor şi subsidiilor;
5. schimbările în aşteptările producătorilor privind evoluţie preţurilor;
6. schimbările în situaţia-politică din ţara respectivă.

Asupra ofertei totale influenţează astfel de factori cum ar fi: schimbarea preţurilor la resurse interne şi importate; schimbările în productivitatea muncii la nivel macroeconomic; schimbările în actele normative (modificarea taxelor, ratei dobânzii, ş.a.).

**Elasticitatea** ofertei exprimă gradul de modificare a ofertei în funcţie de schimbarea preţului. Oferta, la fel ca şi cererea, poate fi: elastică, inelastică sau unitară.

La întrebarea a treia – “Interacţiunea dintre cerere şi ofertă şi echilibrul de piaţă”- e necesar de analizat: mecanismul de formare a preţului de echilibru; influenţa cererii şi ofertei asupra preţului de echilibru; echilibrul de piaţă.

Între cerere şi ofertă există o interacţiune care contribuie la formarea preţului de echilibru (preţul de piaţă) şi la stabilirea echilibrului de piaţă.

**Preţul de echilibrul** reprezintă punctul de intersecţie (coincidenţă) dintre curba cererii şi curba ofertei. Creşterea ofertei duce la majorarea preţului de echilibru, iar micşorarea cererii duce la scăderea preţului de echilibru. Creşterea ofertei, dimpotrivă, duce la scăderea preţului de echilibru, iar micşorarea ofertei – la creşterea preţului de echilibru.

Preţul de echilibru joacă un rol important în crearea **echilibrului pieţei**. Prin echilibrul pieţei se înţelege corelaţia dintre cererea de mărfuri şi oferta acestora. Echilibrul pieţei reflectă în linii generale relaţia dintre producţie şi consum.

Tema 9: Formarea şi modalităţile de reglementare a preţului.

În această temă trebuie să fie analizate două întrebări de bază:

1. Esenţa, funcţiile şi formele preţului.
2. Mecanismul de formare şi metodele de reglementare a preţului.

\* \*

\*

La prima întrebare – “Esenţa, funcţiile şi formele preţului”- e necesar de analizat: conţinutul şi structura preţului; factorii ce determină mărimea preţului; funcţiile preţului; formele de manifestare a preţului.

**Preţul** reprezintă forma bănească de expresie a valorii mărfii. Structura preţului: costul de producţie şi profitul. Între aceste elemente ale preţului există un raport invers proporţional: creşterea costului duce la micşorarea profitului, şi invers.

**Mărimea preţului** e determinată de două grupe de factori:

1. interni (cererea consumatorilor, oferta producătorilor, jocul liber al cererii şi ofertei);
2. externi (intervenţia directă a statului în reglarea preţului, măsurile statului pentru menţinerea unor echilibre social-economice, intervenţia întreprinderilor monopoliste de a forma preţuri administrate).

**Funcţiile preţului**:

1. funcţia de calcul şi măsurare a cheltuielilor şi rezultatelor activităţii economice;
2. funcţia informaţională (referitor la volumul resurselor limitate pentru producători şi a bunurilor d consum pentru consumatori);
3. funcţia de stimulare a producătorilor;
4. funcţia de recuperare a costurilor de producţie şi de distribuire a veniturilor.

**Categoriile de preţuri**:

1. preţuri libere, care se formează în urma confruntării cererii şi ofertei;
2. preţuri administrate, care se stabilesc de către stat şi firmele monopoliste;
3. preţuri mixte, care se formează sub influenţa factorilor interni şi externi.

**Formele preţurilor**:

1. după natura şi obiectul schimbului există: preţuri industriale, agricole, preţuri la obiecte de construcţie şi la terenurile de pământ;
2. după natura şi obiectul pieţei: preţuri la mărfuri corporale, servicii, preţuri la factorii de producţie, la hârtiile de valoare;
3. după specificul tranzacţiilor: preţuri de bursă, preţuri de licitaţie;
4. după stadiul schimbului: preţuri cu ridicata, preţuri cu amănuntul;
5. preţul marginal;
6. preţuri tari;
7. preţuri mobile;
8. preţuri riscante;
9. preţuri închise.

La întrebarea a doua – “Mecanismul de formare şi metodele de reglementare a preţului”- e necesar de analizat cele două metode de formare a preţului:

1. **metoda de piaţă**, care prevede formarea preţurilor în dependenţă de cerere, ofertă şi de cheltuirea factorilor de producţie;
2. **metoda administrativă de comandă**, care prevede consemnarea preţurilor de sus, de către organele directive. Această metodă presupune schimbarea planică a preţurilor în dependenţă de evoluţia cheltuielilor de muncă.

Tema 10: Concurenţa şi monopolul.

Această temă cuprinde următoarele întrebări principale:

1. Concurenţa: esenţa, funcţiile, factorii, metodele luptei de concurenţă.
2. Tipurile concurenţei şi monopolul.
3. Apărarea concurenţei şi reglamentarea antimonopolistă.

\* \*

\*

La prima întrebare – “ Concurenţa: esenţa, funcţiile, factorii, metodele luptei de concurenţă”- trebuie de pus accentul pe caracteristica generală a concurenţei.

**Concurenţa**, ca mecanism al economiei de piaţă, reprezintă un proces de confruntare specifică dintre agenţii economici (vânzători) pentru atragerea de partea lor a cumpărătorilor (clientelei).

**Funcţiile concurenţei**:

1. ea stimulează iniţiativa, inovaţia, spiritul creativ al agenţilor economici;
2. ea satisface interesele producătorilor şi consumătorilor;
3. ea stimulează tendinţa de egalizarea a înzestrării cu factori de producţie a întreprinderilor;
4. ea contribuie la îmbunătăţirea calităţii produselor şi serviciilor prestate;
5. ea contribuie la repartizarea eficientă a resurselor economice pe ramuri şi localităţi.

Concurenţa este determinată de mai mulţi factori care constituie structura concurenţială:

1. numărul şi importanţa vânzătorilor şi cumpărătorilor la nivel de localitate, ramură sau economie naţională în ansamblu;
2. gradul de diferenţiere a produsului;
3. gradul de transparenţă a pieţei;
4. gradul de mobilitate a factorilor de producţie;
5. facilităţile sau limitările producătorilor la intrarea în ramură;
6. gradul de libertate în determinarea preţurilor;
7. raportul dintre cerere şi ofertă;
8. nivelul dezvoltării economice;
9. conjunctura politică internă şi internaţională;
10. cultura economică (mentalitatea) a populaţiei.

Lupta de concurenţă include două metode:

1. de natură economică (reducerea cheltuielilor de producţie; reducerea preţurilor de vânzare; ridicarea calităţii mărfurilor şi serviciilor; acordarea unor facilităţi clienţilor; lansarea de noi produse; reclama şi publicitatea; organizarea de servicii postvânzare);
2. de natură extraeconomică (furtul de informaţii de la concurenţi; răspândirea de informaţii false despre concurenţi; atragerea unor specialişti de la concurenţi;).

În funcţie de aceste metode de luptă de concurenţă, concurenţa poate fi divizată în concurenţă loială şi neloială.

La întrebarea a doua – “ Tipurile concurenţei şi monopolul”- e necesar de examinat concurenţa perfectă şi imperfectă şi trăsăturile lor.

Concurenţa **perfectă** presupune asemenea raporturi de piaţă încât toţi vânzătorii îşi vând toată producţia la preţul pieţei, iar toţi cumpărătorii pot procura la preţul pieţei atât cât doresc, fără al influenţa. Concurenţa perfectă are trăsături:

1. atomicitatea participanţilor;
2. omogenitatea produselor;
3. intrarea liberă noilor producători pe piaţa respectivă;
4. elasticitatea pieţei şi mobilitatea factorilor de producţie;
5. transparenţa pieţei.

Piaţa cu concurenţă **imperfectă** se manifestă în trei forme: piaţă cu concurenţă tip monopol; piaţa cu concurenţă monopolistică; piaţa cu concurenţă tip oligopol.

Piaţa cu concurenţă tip **monopol** presupune existenţa pe piaţa a unui singur producător ce produce şi ţine la control oferta unor valori de producţie sau de consum. Trăsăturile acestei pieţe sunt: existenţa unui vânzător la nivel de ramură; lipsa substituenţilor adecvaţi; fixarea preţurilor de monopol; blocarea intrării în ramură a altor firme. Situaţiei de monopol îi este opusă situaţia de monopson, când pe piaţa respectivă există un singur cumpărător care fixează volumul ofertei şi preţul de cumpărare.

Piaţa cu concurenţă monopolistică reflectă situaţia când vânzătorii şi cumpărătorii pot influenţa raportul dintre cerere şi ofertă, nivelurile de preţuri. Trăsăturile acestei pieţe sunt: existenţa pe piaţă a mai multor producători; diferenţierea produselor; intrarea în piaţa respectivă a noilor producători relativ este uşoară; efectuarea unui control asupra preţurilor; concurenţa se desfăşoară în jurul calităţii produselor, costurilor de producţie, reclamei etc.

Piaţa cu concurenţă tip **oligopol** este principala formă de concurenţă în condiţiile actuale. Trăsăturile acestei pieţe sunt:

1. oligopolul cuprinde un număr limitat de producători, care deţin o parte importantă din piaţa respectivă;
2. în astfel de piaţă există greutăţi la intrarea noilor producători în ramură;
3. existenţa controlului general al preţurilor.

La întrebarea a treia – “ Apărarea concurenţei şi reglamentarea antimonopolistă”- e necesar de analizat **legea** Repubicii Moldova “cu privire la limitarea activităţii monopoliste şi dezvoltarea concurenţei”, care prevede:

1. interzicerea încheerii acordurilor ilegale între agenţii economici, care ar împiedica dezvoltarea concurenţei şi funcţionarea normală a pieţei;
2. interzicerea acordurilor ilegale dintre subiecţii economici orientate spre divizarea pieţei în scopul de a limita concurenţa;
3. interzicerea creării unor condiţii de discriminare sau de favorizare pentru activitatea unor agenţi economici;
4. interzicerea a orice obstacole în calea creării de noi întreprinderi în orice domeniu de activitate;
5. interzicerea a orice restricţii în fabricarea anumitor tipuri de mărfuri care nu contravin legislaţiei în vigoare;
6. interzicerea concurenţei vicioase.