**Cap. 7. Piața și concurența**

**7.1. Piața**

***7.1.1. Definiție și funcții***

Definiție: *Piața* reprezintă ansamblul tranzacțiilor cu bunuri și servicii sau locul de întâlnire a cererii și ofertei și de formare a prețurilor

*!!! Piața poate avea determinare spațială sau nu (exemplu de piețe fără localizare precisă: comerțul online, produsele financiare derivate tranzacționate la libera înțelegere precum forward sau swap, etc.)*

Funcțiile pieței:

* alocarea și utilizarea resurselor disponibile, către oportunități de investiții;
* repartiție a bunurilor finale pentru consum (pune în legătură furnizorii și consumatorii);
* echilibrarea cererii și ofertei (reglează activitatea economică);
* stabilire a prețurilor (pe baza confruntării dintre cerere și ofertă, în cadrul pieței).

*!!! Condițiile îndeplinirii acestor funcții țin de: (i) existența unui cadru juridic care să stimuleze concurența, (ii) limitarea intervenției statului în economie, etc.*

***7.1.2. Clasificarea piețelor***

Există numeroase criterii de clasificare a piețelor, dintre care cele mai importante sunt:

***A. În funcție de gradul de oficializare*** a lor, avem piețe:

* legale (oficiale) – unde tranzacțiile sunt reglementate, se desfășoară într-un cadru juridic și instituțional clar stabilit, iar produsele și serviciile tranzacționate sunt acceptate de societate (majoritatea piețelor se regăsesc în această zonă),
* fictive (gri) – unde tranzacțiile urmează a fi reglementate, fiind în general acceptate de către societate, dar pentru care nu există un cadru juridic clar stabilit, fie datorită noutății acestor produse, fie din cauza portițelor legislative (ex: munca temporară, firme de taximetrie neînregistrate, spații de cazare nefiscalizate, etc.),
* ilegale (ilicite) – fac referire la tranzacții strict interzise de lege și care contravin normelor morale ale societății (ex: trafic de droguri, persoane, etc.).

*!!! Piața neagră face referire la economia subterană și eludarea legislației fiscale, acoperind tranzacții din sfera piețelor oficiale. Putem avea o piață neagră a armelor dar și a produselor de panificație spre exemplu (ambele categorii de tranzacții putând figura în sfera celor legale).*

***B. În funcție de produsele tranzacționate***, există o multitudine de piețe precum:

* agricolă,
* valutară,
* energetică,
* de capital,
* etc.

***C.*** ***În funcție de momentul stingerii obligațiilor contractuale***:

* piețele la vedere (*spot*) – tranzacțiile se încheie la un moment dat, iar stingerea obligațiilor părților (livrarea produselor și plata acestora) intervine la cel mult 48h de la încheierea tranzacției (stabilirea termenilor contractuali),
* piețele la termen (*forward*) – presupun stabilirea termenilor contractuali la un moment dat, urmând ca stingerea obligațiilor părților să intervină la o dată ulterior (> 48h de la încheierea tranzacției).

***C.*** ***În funcție de locul desfășurării tranzacțiilor:***

* locale,
* regionale,
* naționale,
* internaționale.

***D. În funcție de modul de manifestare a concurenței în interiorul piețelor:***

a) Piața cu concurență perfectă – este o piață ideală, caracterizată prin:

* atomicitatea cererii și a ofertei – foarte mulți cumpărători și ofertanți, astfel încât la nivel individual nu pot influența prețul produselor,
* transparență ridicată – toți participanții la tranzacții au acces la aceleași informații,
* intrare și ieșire liberă – presupune absența costurilor aferente participării la tranzacții, în special pentru producători,
* omogenitatea produselor – nu există o distorsionare a percepției consumatorilor cu privire la utilitatea și calitatea acestora, produsă cu ajutorul a diferite tehnici de marketing,
* absența intervenției statului – statul are doar rol de arbitru în piață, favorizând competiția și libera inițiativă

b) Piața cu concurență imperfectă – situația regăsită în practică:

* monopolistă – este situația cea mai apropiată de condiția pieței ideale însă intrarea și ieșirea de pe piață implică costuri, iar intervenția statului este resimțită (ex: piața bursieră).,
* oligopol – există câțiva producători sau furnizori de servicii și foarte mulți consumatori (ex: piața telefoniei mobile, a carburanților, etc.)
* monopol – este piața reprezentată de un singur producător ce domină piața și mulți consumatori. Deși există politici anti monopol, astfel de situații se regăsesc pe anumite piețe controlate de stat (ex: domeniul energiei).

!!! Poate exista monopol pentru un produs, sau monopol regional.

!!! Clasificarea aceasta poate fi privită și din perspectiva consumului, nu doar cea a producției. Astfel că, în cazul în care avem câțiva cumpărători și foarte mulți producători (ex – producția de boabe de cafea), se întâlnește pe piață situația de oligopson. Monopsonul apare când pe piață avem un singur cumpărător și mulți producători (situația a fost întâlnită în economiile centralizate).

***7.1.3. Limitele pieței și necesitatea reglementării***

Chiar dacă mecanismele pieței sunt auto-reglatoare, aceasta comportă anumite limite ce face uneori necesară intervenția statului prin reglementare:

* Acces inegal la informații (anumiți participanți în piață fiind avantajați),
* Posibilitatea de influențare a prețurilor (grupuri de interese),
* Înțelegeri anti-concurențiale între agenți, etc.

***7.1.4. Gradul de concentrare a pieței***

Poate fi simplu determinat cu ajutorul indicelui Herfindahl (H) și arată cât de importantă este competiția în cadrul pieței:

(7.1)

Unde: s este cota de piață a firmelor (%) și N este numărul firmelor din industria sau zona respectivă.

* Interpretare rezultat:
* H < 0.01 sau H < 1% = industrie foarte competitivă
* 0.01 < H < 0.15 = industrie cu un grad de concentrare redus
* 0.15 < H < 0.25 = industrie cu un grad de competitivitate moderat
* H > 0.25 = industrie cu grad ridicat de concentrare (ex: oligopol)

*!!! În situație de monopol, H=1*

*!!! În cazul în care pentru companiile mici, mai puțin importante, nu se cunoaște cota de piață, trebuie identificat numărul lor aproximativ și o cotă de piață medie pentru calculul indicelui H.*

**7.2. Concurența**

***7.2.1. Definiție și funcții***

Definiție: Concurența reprezintă situația de confruntare liberă pe piață între agenții economici, atât producători cât și consumatori, fiind considerată motorul dezvoltării economice.

!!! Urmărirea interesului fiecărei categorii de participanți (profit pentru producători și utilitatea consumului pentru consumatori), determină confruntarea dintre diverse categorii de agenți și sporește competiția.

Funcțiile concurenței sunt:

* asigură o selecție naturală, rămânând în piață doar agenții economici care se pot adapta noilor condiții;
* stimulează progresul economic și contribuie la creșterea calității produselor;
* contribuie la satisfacerea cerințelor consumatorilor prin reglarea pieței și scăderea prețurilor;
* intervine în procesul de alocare a resurselor.

***7.2.2. Formele concurenței***

În lupta concurențială se folosesc o serie de instrumente economice și extra-economice, precum tehnici de vânzare și negociere, diversificarea producției, servicii post-vânzare, fidelizarea clienților, dar și denigrarea competitorilor, furt informațional sau șantaj. Felul în care este folosit acest set de instrumente dă naștere la două forme de concurență și anume:

***A. Concurența loială***, caracterizată prin:

* lipsa discriminării,
* acces liber pe piață,
* țintirea clientelei, etc.

***B. Concurența neloială***, presupune fapte și acte neconcurențiale, ce rezultă în abateri de la legea concurenței, impunând aplicarea de:

* Contravenții:
* informații obținute de la angajați neloiali competitorilor
* Infracțiuni:
* refuzul de a vinde marfa expusă la vânzare,
* înțelegeri privind fixarea prețurilor,
* ofertă mincinoasă și reclamă falsă,
* practicarea unor prețuri de dumping (sub costul de producție, pentru a elimina concurența).