

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE 9:
**INTERVENȚIA GUVERNAMENTALĂ ÎN MECANISMUL FORMĂRII
PREȚURILOR**

9.1. Necesitatea intervenției guvernamentale

9.2. Intervențiile directe

9.3. Intervențiile indirecte

9.1. Necesitatea intervenției guvernamentale

- **Situații care ar necesita intervenția guvernamentală în mecanismul formării prețurilor:**
 - în situații grave de **penurie**, generate de dezastre naturale, de războaie, tulburări sociale, de crize ale aprovizionării economiei naționale cu materii prime, când restabilirea echilibrului dintre cerere și ofertă s-ar realiza la **niveluri ridicate ale prețurilor**, inaccesibile pentru largi categorii ale populației, mai ales în cazul produselor de strictă necesitate;
 - când **interesul general**, de exemplu, asigurarea **securității alimentare**, nu poate fi realizat din cauza prețurilor **neremuneratorii** rezultate din simpla funcționare a pieței;
 - când funcționarea de la sine a pieței ar duce la formarea unui **monopol** care ar putea încerca practicarea unui **preț prea ridicat**;

9.2. Intervențiile directe

- **În cazul penuriei:**
 - **ce este penuria?**
 - **mecanismul intervenției: fixarea prețului la un nivel inferior celui de echilibru (reprezentarea grafică)**
 - **consecințele intervenției:**
 - stimularea cererii;
 - descurajarea producătorilor (diminuarea ofertei);
 - agravarea penuriei, apariția “cozilor”;
 - apariția “pieței negre”.
 - **măsuri complementare:**
 - raționalizarea consumului (măsură de intervenție indirectă);
 - încurajarea producției pentru stimularea creșterii ofertei
 - **caraterul temporar al acestei intervenții în detrimentul pieței.**

9.2. Intervențiile directe

- **În cazul abundenței:**
 - **ce este abundența?**
 - **de ce ar interveni guvernul?**
 - **mecanismul intervenției: fixarea prețului la un nivel superior celui de echilibru (reprezentarea grafică)**
 - **consecințele intervenției:**
 - stimularea ofertei;
 - descurajarea cumpărătorilor (diminuarea cererii);
 - amplificarea abundenței, agravarea situației nefavorabile a producătorilor/ofertanților;
 - **concluzia: intervențiile directe sunt indezirabile și nu pot fi acceptate decât în mod excepțional**

9.3. Intervențiile indirecte

- **În ce constau?** În influențarea componentelor mecanismului formării prețurilor: ***cererea, oferta*** sau concomitent, ***cererea și oferta***

I. măsurile de influențare a ofertei (cu explicare grafică):

A) Folosirea instrumentelor politicii comerciale pentru deplasarea materială a produselor pe seama legăturilor pieței interne cu cea externă:

a) dacă se urmărește creșterea ofertei interne:

- reducerea taxelor vamale la importuri
- se măresc contingentele de import
- se înlătură eventualele prohibiții la importuri
- se contingentează exporturile și se renunță la alte facilități acordate anterior pentru stimularea lor.
- se descurajează și exportul, suprimându-se primele
- se acordă prime pentru importuri

b) dacă se urmărește diminuarea ofertei interne, se iau măsuri inverse celor de mai sus.

9.3. Intervențiile indirecte

I. măsurile de influențare a ofertei (cu explicare grafică):

(B) Creșterea sau diminuarea stocurilor (când se dorește diminuarea, respectiv, creșterea ofertei);

(C) Transformarea tehnică a produselor (de exemplu, dacă se dorește diminuarea ofertei de tomate pentru a stimula creșterea prețului acestora, o parte din recoltă este transformată în bulion sau conserve);

(D) Controlul direct al ofertei (reglarea cantității de vin în Franța sau reglementarea suprafețelor plantate și a vânzărilor de produse agricole în SUA)

(E) Implicarea statului în activitatea de producție

9.3. Intervențiile indirecte

II. Măsurile de ***influențare a cererii*** (cu explicare grafică):

a) de stimulare a cererii (mai rar practicate de către guvern deoarece este mai ales preocuparea producătorilor)

b) de restrângere a cererii:

- ***raționalizarea:***

- ***directă*** (sunt necesare două condiții pentru a fi cumpărat un produs:

1) să dispui de suma de bani necesară;

2) să ai cartelă.

- ***indirectă*** (zile fără carne sau fără alcool, vânzări între anumite ore, multiplicarea formalităților de vânzare)

III. Măsurile care vizează ***influențarea simultană a ofertei și a cererii*** sunt mai ales ***de natură psihologică***, constând în crearea unui climat de optimism sau de pesimism care să ducă la modificarea previziunilor agenților economici

