



Școala Creștină "Filadelfia" - Cl. I-XII

Str. Narciselor, nr. 5E - Suceava Tel/fax: 0230-531205
www.filadelfia.ro office@filadelfia.ro O.P. 6 C.P. 50

Cod fiscal: 14687487 Cont: 251105182340021165015 Banca: Banc Post - Suceava

ECONOMIE

clasa a XI-a

frecvență redusă

prof. Zigoli Dragoș

Capitolul I - CE ESTE ECONOMIA?

Mediul sau **spatiul economic** – rezultatul interactiunii dintre mediul social si cel natural.

Nevoile (trebuintele) – semnale receptionate de fiinta umana ca urmare a stimulilor exercitati de mediul natural, respective de mediul social.

a. *Dupa natura lor, nevoile sunt:*

1. *fiziologice* (tin de existenta biologica)
2. *sociale* (date de cerintele convietuirii in societate)

b. *Dupa gradul de complexitate, se pot distinge nevoi:*

1. *elementare* (de baza)
2. *complexe* (superioare)

Cea mai cunoscuta schema de structurare a nevoilor este **Piramida lui Maslow**. Aceasta se bazeaza pe 2 principii:

- a. *structurarea piramidala a nevoilor de la inferior la superior;*
- b. *modalitatea de satisfacere a nevoilor: oamenii isi pun problema satisfacerii unor nevoi de ordin superior abia dupa ce si-au acoperit in mod multumitor nevoile de rang inferior.*

Maslow a ordonat in piramida sa urmatoarele nevoie de la inferior la superior:

- nevoi de baza (fiziologice)
- nevoi de siguranta
- nevoi de apartenenta
- nevoi de stima
- nevoie de autorealizare .

Care este deosebirea dintre *nevoi* si *dorinte*?

- „*Mi-e foame*” este o *nevoie*.
- „*As manca ceva bun*” este o *dorinta*.

In acelasi mediu natural si social care determina nevoile se gasesc solutiile pentru satisfacerea acestora.

Resursele – elementele utilizate pentru producerea bunurilor necesare satisfacerii trebuintelor.

a. *In functie de **provenienta**, pot fi identificate resurse:*

1. **primare**: potential uman si natural;
2. **derivate**: rezultatul activitatii umane.

b. *In functie de **natura** lor, resursele sunt:*

1. **umane** (populatia apta de munca)
2. **materiale** (materii prime, combustibili, tehnologii etc.)
3. **financiare** (bani, actiuni, obligatiuni)
4. **informationale** (cunostinte stiintifice si tehnice).

Resursele fiind limitate(rare) oamenii se vad nevoiti sa *aleaga* intre destinatiile posibile de utilizare. Dar, in conditii de raritate, *a alege ceva* inseamna a *renunta la altceva*. Rezolvarea problemei alegere-renuntare necesita utilizarea unor criterii.

Astfel, in spatiul economic exista un criteriu specific, cunoscut prin termenul economic de *costul oportunitatii*, *cost de oportunitate* sau *costul alternativei sacrificate*.

Costul de oportunitate – reprezentat de beneficiul (castigul) asociat celei mai bune variante de actiune la care s-a renuntat in favoare alternativei alese.

Paul Samuelson (n.1915), celebrul economist american laureat al Premiului Nobel pentru Economie (1970), considera ca stiinta economica „*studiaza modul in care sunt utilizate resursele rare pentru a fi realizate marfuri folositoare si pentru a le distribui diferitilor oameni*”.

Ca orice alta stiinta, economia trebuie sa satisfaca doua cerinte majore:

- *sa explice* realitatea economica;
- *sa realizeze predictii* asupra evolutiei fenomenelor economice.

Stiinta economica are mai multe niveluri de abordare, cele mai cunoscute fiind:

- **microeconomia** - partea care se ocupa de studiul comportamentelor economice individuale, al raporturilor dintre grupuri de indivizi (cumparatori/vanzatori), respective a relatiilor de pe piete si dintre piete.
- **macroeconomia** - partea care se ocupa de studiul sistemelor economice de ansamblu - economii nationale, structuri economice multinationale sau internationale.

Capitolul II – CONSUMATORUL SI RATIONALITEA IN CONSUM

Consumator – orice agent economice care actioneaza pentru a-si procura bunurile si serviciile necesare satisfacerii trebuintelor.

a. *Dupa forma de existenta, bunurile sunt:*

1. ***bunuri propriu-zise*** (au forma materiala)
2. ***servicii*** (au caracter nematerial: lectii predate, tratamente medicale etc.)
3. ***informatii*** (licente, brevete, programe de calculator)

b. *Dupa modul de relationare, bunurile sunt:*

1. ***complementare*** (atunci cand consumarea unui bun atrage, in mod necesar, consumarea unui alt bun)
2. ***substituibile*** (un bun poate inlocui un alt bun in consum)

c. *Dupa modul in care circula, bunurile si serviciile sunt:*

1. ***marfare*** (ajung la consumator prin vanzare/cumparare)
2. ***nemarfare*** (sunt oferite in afara pietei de catre institutii publice sau private precum invatamant, sanatate, televiziune etc.)

Comportamentul rational al consumatorului este acela care asigura un maximum de satisfactie in consum cu un minimum de cheltuieli, acesta ghidandu-se dupa *criteriul eficientei economice*.

Utilitatea economica – consta in satisfactia resimtita de un individ ca urmare a consumarii unei cantitati date dintr-un bun.

CEREREA – cantitatea totala dintr-o marfa care este dorita si care poate fi cumparata (exista capacitatea de plata), intr-o anumita perioada, la un anumit pret.

Elasticitatea cererii – releva modificarea marimii cererii datorita unor variatii ale

factorilor cauzali (pretul si venitul consumatorului).

Tipurile de elasticitate a cererii in functie de pret:

1. ***Cerere elastica*** ($K_{ec/p} > 1$) – modificarea pretului determina o modificare mai mare a cantitatii cerute, in sens invers. (cresterea pretului determina scaderea cantitatii cerute).

- bunurile cu cerere elastica sunt, de regula, bunuri substituibile.

2. ***Cerere inelastica*** ($K_{ec/p} < 1$) – modificarea pretului determina o modificare mai mica a cantitatii cerute, in sens invers.

- bunurile cu cerere inelastica sunt, de obicei, bunuri de stricta necesitate, pentru ca fata de acestea consumatorul se afla intr-o relatie de dependenta, nu poate renunta definitiv la cumpararea lor.

3. ***Cerere cu elasticitate unitara*** ($K_{ec/p} = 1$) – modificarea pretului determina o modificare egala a cantitatii cerute, in sens invers. (cresterea pretului cu X% determina scaderea cantitatii cerute tot cu X%).

4. ***Cerere perfect inelastica*** ($K_{ec/p} = 0$) – modificarea pretului nu determina nici o modificare a cantitatii cerute.

- acest tip de cerere apare pe o perioada de timp foarte scurta cand cumparatorii nu se pot adapta la conditiile de piata.

- este cazul unor oferte promotionale „*in limita stocului disponibil*” care sfarsesc brusc, fara a lasa cererii timpul necesar sa se adapteze.

5. ***Cerere perfect elastica*** ($K_{ec/p} = \infty$) – modificarea oricat de mica a pretului determina o variatie foarte mare a cantitatii cerute.

- cand variatia pretului tinde spre zero, variatia cantitatii cerute tinde spre infinit.

($K_{ec/p}$ = coeficientul de elasticitate al cererii in functie de pret)

Concluzii practice:

- **Producatorul care se confrunta cu o cerere elastica isi poate spori veniturile prin reducerea pretului de vanzare.**

- **Producatorul care se confrunta cu o cerere inelastica castiga atunci cand pretul creste.**

Capitolul III – PRODUCATORUL/INTREPRINZATORUL SI COMPORTAMENTUL SAU RATIONAL

Intreprinzatorul – persoana care initiaza o afacere, investind bani, timp, energie, putere munca si creativitate, cu scopul de a obtine un profit cat mai mare.

In ce consta rolul intreprinzatorului/producerului?

- creeaza bunuri noi care sunt cautate pe piata
- decide ce nevoi umane urmeaza a fi satisfacute si ce resurse disponibile pot fi mobilizate in acest scop
- stabileste proportiile intre factorii materiali si umani, modul de organizare a activitatii si tehnologiile necesare
- hotaraste daca o activitate trebuie extinsa sau, dimpotriva, restransa
- isi asuma responsabilitatile fata de proprietari, furnizori, parteneri, clienti
- isi asuma riscuri calculate, astfel incat sa castige
- este un spirit independent, animat de dorinta de autonomie in actiune
- este optimist, caracterizat de gandire pozitiva, dispune de flexibilitate si dinamism.

Productia – activitatea umana care se manifesta prin crearea de bunuri si servicii capabile sa satisfaca nevoi/dorinte.

Proprietate – reprezinta relatia dintre oameni (indivizi, societate, grupuri), cu privire la insusirea bunurilor existente sau produse de societate.

*Raportul de proprietate atrage dupa sine **drepturi si atribute** care revin detinatorilor proprietatii:*

- a. **Posesia** – insusirea de catre persoana/institutie a bunurilor
- b. **Dispozitia** – decizia referitoare la obiectul proprietatii
- c. **Folosinta** – utilizarea bunului aflat in posesie

d. *Uzfructul* – însușirea beneficiilor care apar în legătură cu acel bun.

Formele de proprietate existente într-o economie de piață sunt:

1. *Proprietate particulară* – forma preponderentă în economia de piață.
 - a. **individuală** – proprietarul folosește, administrează și își însușește roadele
 - b. **asociativă** – un grup de persoane fizice sau juridice se asociază pentru a administra împreună o afacere sau pentru a administra împreună o afacere sau pentru a desfășura anumite activități. Astfel de forme de proprietate sunt cele mai frecvente în economia de piață.
2. *Proprietate publică* – proprietari sunt unități ale administrației publice: întreprinderi de stat, administrații publice locale și centrale
3. *Proprietate mixtă* – îmbină proprietatea particulară cu aceea publică, atât în plan național, cât și internațional.

FACTORII DE PRODUCTIE – reprezintă totalitatea elementelor care participă la producerea de bunuri și servicii.

A. Munca (factor de producție primar) – ansamblul resurselor umane antrenate în activitatea economică

diviziunea socială a muncii = procesul istoric de separare, diferențiere, desprindere și specializare a muncii pe genuri distincte de activități care, în timp, s-au transformat în ocupații, meserii, ramuri economice.

B. Pământul/natura – totalitatea resurselor brute, neprelucrate, din natură (solul, apa, mineralele, pădurile, fenomenele naturale atrase în producție) care pot fi utilizate și transformate în activitatea economică în conformitate cu interesele de consum.

C. Capitalul – ansamblul bunurilor produse prin munca și folosite în activitatea economică pentru producerea altor bunuri și/sau servicii destinate vânzării.

1. *Capitalul fix* – acea componentă a capitalului care participă la mai multe cicluri de producție, se consumă treptat și se înlocuiește

dupa o perioada de timp indelungat

- **uzura capitalului fix** este:

- a. *uzura fizica* – manifestata prin deprecierea treptata a capitalului fix ca urmare a folosirii indelungate si/sau a actiunii unor factori naturali
- b. *uzura morala* – manifestata in situatia in care se creeaza mijloace de productie cu utilitate similara, dar cu caracteristici tehnice superioare si/sau un pret mai mic.

2. **Capitalul circulant** – acea componenta a capitalului care participa la un singur ciclu de productie, se consuma integral in timpul unui ciclu de productie si se inlocuieste dupa fiecare ciclu de productie.

Firma/intreprinderea – unitatea economica producatoare care se caracterizeaza prin:

- a. un gen specific de activitate
- b. capacitatea de a produce bunuri si servicii
- c. capacitatea de a conduce si gestiona rational activitatea economica.

Obiectivul final al activitatii producatorului si al firmei este **obtinerea profitului**.

Numim **productivitate** a unui factor de productie X volumul de productie realizat cu ajutorul acestuia in raport cu cantitatea consumata din acel factor.

COSTUL DE PRODUCTIE – totalitatea cheltuielilor ocazionate de producerea si desfacerea unei cantitati determinate de bunuri si servicii.

- a. **Cost fix (Cf)**– ansamblul cheltuielilor care nu variaza (pe termen scurt) in raport cu cantitatea de bunuri economice realizate.
- b. **Cost variabil (Cv)** – ansamblul cheltuielilor de productie care variaza (in acelasi sens) odata cu modificarea nivelului productiei realizate.

$$\text{Costul Total (Ct)} = \text{Cf} + \text{Cv}$$

PROFITUL – excedentul incasarilor (veniturilor) fata de cheltuieli dintr-o activitate economica.

Profitul net – partea din profitul brut care ramane dupa ce se platesc impozitul si alte

taxe pe profit.

Cifra de afaceri – totalul incasarilor obtinute din vanzari.

In functie de criteriul contributiei la dezvoltarea activitatii economice:

- a. **profitul legitim/meritat** – ca suma obtinuta de catre detinatorul firmei in conditiile respectarii prevederilor legale, inclusive cele referitoare la impozitare.
- b. **profitul nelegitim/nemeritat** – ca suma obtinuta de posesorul capitalului, fara a avea o contributie la dezvoltarea activitatii economice.

In functie de marimea profitului:

- a. **profitul normal/obisnuit** – ca recompense minima necesara pentru continuarea activitatii, lipsa acestui tip de profit facand imposibila reluarea acesteia.
- b. **profitul supraprofit** – atunci cand este obtinut prin majorarea pretului de vanzare a unui produs de catre o singura firma (care detine monopolul pe piata), caz in care este numit si *profit de monopol*.

Pragul de rentabilitate – arata ca intreprinzatorul trebuie sa realizeze un volum de productie peste un nivel minim pentru a putea sa-si recupereze investitia facuta si pentru a face fata cheltuielilor curente de exploatare a afacerii sale.

Falimentul – situatia determinata de mecanismele pietei si sanctionata juridic, pentru ca agentul economic nu mai are nici o posibilitate reala de continuare a activitatii respective.

OFERTA – cantitatea de bunuri si servicii pe care agentii economici o aduc pe piata intr-o anumita perioada si la un anumit pret.

Producatorii au un comportament diferentiat, care este influentat de:

- **modificarea preturilor la factorii de productie** – cresterea acestora reprezinta o *constrangere* pentru producatori, care conduce la scaderea volumului productiei.
- **modificarea preturilor de vanzare ale bunurilor** – cresterea acestora ii

stimuleaza pe producatori, care au tendinta de a creste oferta.

Producatorul asigura realizarea bunurilor economice:

- achizitionarea factorilor de productie necesari
- organizarea activitatii de obtinere a bunurilor si serviciilor
- studiul cererii pe piata cu scopul de a veni in intampinarea nevoilor de consum
- diversificarea produselor etc.

In formarea ofertei pe piata, **intermediarii** sunt agentii economici care mijlocesc relatiile economice intre producator si furnizori, finantatori, comercianti, clientii consumatori.

Prezenta acestora este necesara pentru:

- finantarea activitatilor economice (continuarea, extinderea, innoirea tehnologica, ridicarea nivelului de calificare)
- promovarea produselor prin organizarea activitatilor publicitare
- asigurarea retelei de transport prin care bunurile si serviciile parcurg drumul spre cumparatori
- asigurarea retelei de vanzare prin amenajarea de spatii adecvate si personal calificat pentru ca bunurile si serviciile oferite sa fie efectiv vandute.

Legea ofertei – reda raportul de determinare directa intre modificarea marimii pretului unitar al unui bun si modificarea cantitatii oferite din bunul respectiv.

ELASTICITATEA OFERTEI – modificarea ofertei ca urmare a actiunii factorilor care o influenteaza.

Tipuri de elasticitate a ofertei in functie de pret:

1. **Bunuri cu oferta elastica** ($K_{eo/p} > 1$) – modificarea pretului determina o modificare mai mare a cantitatii oferite, in acelasi sens (cresterea pretului cu x% determina cresterea cantitatii oferite cu mai mult de x%)
2. **Bunuri cu oferta inelastica** ($K_{eo/p} < 1$) -modificarea pretului determina o modificare mai mica a cantitatii oferite, in acelasi sens (cresterea pretului cu x% determina cresterea cantitatii oferite cu mai putin de x%).
3. **Bunuri cu oferta de elasticitate unitara** ($K_{eo/p} = 1$) - modificarea pretului determina o modificare egala a

cantitatii oferite, in acelasi sens (cresterea pretului cu x% determina cresterea cantitatii cerute tot cu x%).

4. **Bunuri cu oferta perfect inelastica (rigida)** ($K_{eo}/p=0$)- modificarea pretului nu determina nici o modificare a cantitatii oferite. Aceasta situatie apare pe o perioada de timp foarte scurta, cand ofertantii nu au timp sa se adapteze la conditiile pietei sau in situatii cand exista blocaje (de resurse, tehnologice sau de alta natura) care nu permit cresterea ofertei.
5. **Bunuri cu oferta perfect elastica** ($K_{eo}/p=\infty$)- o modificare foarte mica a pretului determina o variatie foarte mare a cantitatii oferite. La limita, cand variatia pretului tinde spre zero, variatia cantitatii oferite tinde spre infinit.

Alte conditii care influenteaza modificarea ofertei

-Preturile altor produse pe piata- reprezinta o alta conditie pentru modificarea ofertei. Oferta creste pentru acele bunuri ale caror preturi pe piata cresc.

-Nivelul tehnologiei- introducerea inovatiilor tehnice are ca efect cresterea productivitatii muncii, care conduce, la randul sau, la scaderea costului de productie, care are effect pozitiv asupra ofertei.

-Modificarea nivelului costului de productie- daca pentru anumite bunuri costul de productie scade, atunci oferta creste. Asadar, intre nivelul ofertei si cel al costului de productie exista o relatie inversa.

-Modificarea numarului firmelor care produc acelasi produs- cresterea numarului de firme producatoare pe piata conduce la cresterea ofertei, considerand alti factori de influenta ca fiind constanti.

-Nivelul taxelor si al subsidiilor- daca taxele cresc, oferta scade (deci conditionarea actioneaza in sens invers). Daca insa un producator beneficiaza de subventii, acestea vor determina mina cresterea ofertei.

-Rolul evenimentelor social-politice asupra modificarii ofertei se manifesta prin aceea ca instabilitatea sociala determina, de regula, scaderea ofertei, pe cand stabilitatea sociala si politica creeaza un cadru favorabil cresterii ofertei de bunuri si servicii.

-Rolul conditiilor naturale: fenomenele naturale precum inundatiile, furtunile, cutremurele, actioneaza, de regula, in directia reducerii ofertei.