

PUTEREA ÎN CADRUL PIEȚELOR. O ABORDARE TEORETICĂ

CRISTIAN C. POPESCU*

Market Power. A Theoretical Approach

Abstract

Economic power is it one of the most representative and wished form of power. Almost any analysis of economic power try begin with own concept of power and its antithesis, liberty. The most usual sense of power concept it is the capacity to rule others. By the other way, liberty is a necessity of noninterference and self-rule in which people and, in our case, economics actors, make decisions for themselves without exogenous push on. In this paper we will try to analyze one face of economic power, market power.

Key words: economic power, marketpower

Puterea economică se constituie ca una dintre cele mai reprezentative și în același timp jinduite forme de putere. Având ca punct central proprietatea, este o dovadă a existenței unor resurse care pot asigura un nivel de viață ridicat și poate fi definită ca fiind capacitatea de a crea bunăstare. Lucrarea de față își propune să arate că, dincolo de dorința lăuntrică a liberalilor de a construi un model al piețelor libere în care relațiile dintre participanți să fie doar de concurență, în realitate există manipulare și determinare prin intermediul unor relații pe care politologii le exprimă prin intermediul conceptului de putere.

Începând chiar cu mercantiliștii, problema puterii la nivel macroeconomic i-a preocupat pe cercetători. Pentru ei, puterea unei națiuni era în strânsă legătură cu stocul de metale prețioase deținut. De aceea, toate politicile erau îndreptate înspre găsirea soluțiilor de a atrage noi cantități de aur și argint, în principal pe calea pașnică a comerțului. Pentru a realiza o balanță comercială și de plăți excedentară mercantiliștii au recurs la protecționism, la stimularea exporturilor și la descurajarea importurilor. Deasemenea, o populație numeroasă trasa o altă dimensiune a puterii, ea fiind în plan economic o sursă de forță de muncă ieftină.

Fiziocrații, mai puțin preocupați de politicile economice și mai orientați spre piață și liberul schimb, au adus analiza în sfera producției, mai ales a celei agricole, agricultura stând la baza dezvoltării unei economii, fiind singura ramură în care se produce valoare adăugată. Așadar, capacitatea de a obține producție agricolă reprezenta caracteristica principală a puterii economice.

Economiștii ortodocși consideră puterea ca fiind o excepție de la concurența perfectă. Pentru ei, piața concurențială este aceea în care agenții economici sunt de mărime mică, fără capacitatea de a se influența în vreun fel unii pe alții. Economia funcționează bine atâta timp

* Lector doctor, Catedra de Economie Politică, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași

cât există concurență perfectă. Tot ceea ce iese din tiparul acesteia sunt anomalii ale pieței care trebuie corectate. Problema puterii nu este tratată de liberali nici din punct de vedere social (poate cu excepția lui Mill, care contestă dreptul la moștenire și care consideră că șansele trebuie să fie egale la punctul de plecare). Sursa puterii economice este proprietatea. Și cum drepturile de proprietate sunt intangibile, atunci discuția este sterilă.

Încercări de a reintroduce problema puterii economice există la neoclasici [1, p. 122]. Este adevărat că tema este abordată la modul impersonal, tratând mai ales imperfecțiunile piețelor și acceptarea acestora ca o realitate a economiei de piață. Proprietatea rămâne și la neoliberali intangibilă, distribuția drepturilor de proprietate fiind exogenă. Și, dacă proprietatea iese din discuție, atunci variabilele prin care agenții economici se pot influența unii pe alții sunt prețurile sau cantitățile. Cu alte cuvinte, singura putere ce poate exista în mod legitim în capitalism este puterea pieței. Iar piața este formată dintr-o multitudine de agenți economici, de putere egală în modelul ideal, dar total individualizați în modelele imperfecțiunii pieței. În sinteza neoclasică a secolului XX, modelele de piețe imperfecte sunt analizate cu mult mai multă atenție, renunțându-se la ipoteza că ele sunt nerepresentative pentru piața liberă. De fapt, piața liberă nu se aseamănă deloc cu un model de concurență perfectă. Piața liberă înseamnă și agenți mici, incapabili să influențeze ceva, dar și agenți mari ce au capacitatea de a influența sau chiar determina anumite caracteristici ale pieței, cum ar fi prețul, cantitatea, calitatea etc. Noua sinteză neoclasică renunță la șabloane precum concurența perfectă, atomaticitate, perfecta raționalitate și ține cont de elemente care se pot constitui în caracteristici ale manifestării unor relații de putere, precum dimensiunea întreprinderii, economii de scară, prețuri de monopol, negocierea cantităților etc.

Puterea pieței este singurul tip de putere economică acceptat aproape unanim de către toate curentele economice susținătoare ale economiei de piață. Chiar și ultraliberalii, care în general abordează problema puterii ca fiind antagonică celei de libertate, sunt de acord că în capitalism piața liberă este singura instituție care trebuie să aibă puterea de a se impune, cu toate caracteristicile sale și cu toți pilonii de bază, respectiv proprietatea privată, libera concurență, schimbul liber, raționalitatea alegerilor și satisfacerea interesului privat [4, p12 – 21].

Ce înseamnă de fapt puterea pieței? Poate reprezenta capacitatea acesteia de a determina participanții să adopte acele măsuri necesare atingerii obiectivului său principal, obiectiv ce nu este fixat apriori, ci derivă din suma comportamentelor. Care este acesta? Plecând de la sensul existenței piețelor, și anume satisfacerea nevoilor de consum, atunci rezultă că obiectivul principal este satisfacția consumatorului. Iar consumatorul își maximizează consumul în condiții de efort minim (preț minim) doar pe o piață cu concurență perfectă. Apelând la un mic exercițiu de logică, rezultă de aici că cea mai puternică piață este cea cu concurență perfectă. Ce caracteristici ar trebui să aibă o piață puternică? În primul rând dimensiune, un număr de participanți cât mai mare, asigurându-se astfel atomaticitatea și excluzând tendințele de concentrare individuală a puterii cu ajutorul concurenței. Acest lucru este necesar, deoarece puterea individuală tinde să diminueze puterea pieței. Apoi, omogenitatea produsului, care să nu permită diferențierea lui după alte criterii decât prețul. Lipsa barierelor de intrare/ieșire în/din piață este o altă condiție esențială necesară pentru buna funcționare a piețelor și care, de fapt, este o rezultată și în același timp un indicator al supremației pieței și nu a unor entități componente. Mobilitatea factorilor de producție este o altă condiție necesară menținerii ofertei la nivelul cererii. Abundența factorilor de producție permite achiziționarea lor de către producători la cel mai mic preț posibil și implicit coborârea costurilor de producție, cu impact asupra prețului de vânzare al mărfii. Însă, pentru ca toate aceste cerințe să funcționeze, este nevoie ca toți actorii pieței să primească rapid și cu acuratețe toate informațiile de care au nevoie în luarea

deciziei. Fără transparență ar putea apare blocaje, stări de monopol generate de deținerea exclusivă a informației numai de către anumiți agenți și, în final, poate fi afectată stabilitatea pieței și transferul puterii către anumite centre de interes.

În concluzie, puterea pieței libere poate fi măsurată prin gradul de satisfacere a consumatorului. Consumatorul este regele, el este beneficiarul avantajelor rezultate din menținerea unei piețe libere, care să faciliteze crearea unui preț cât mai bun. Pentru că, într-adevăr, prețul pe piața cu concurență perfectă este mai mic decât pe orice altă piață.

Însă o teorie a puterii nu poate fi realizată decât într-o strânsă asociere cu o teorie a piețelor imperfecte, conform logicii triviste de genul: cum concurența perfectă nu poate fi asociată cu termenul de putere, atunci existența relațiilor de putere este posibilă doar în concurența imperfectă. O astfel de judecată poate mulțumi pe toată lumea. Pentru liberalii clasici, ea găsește o justificare a neglijării tematicii relațiilor de putere, considerând-o a nu fi în sfera de analiză, iar pentru neoliberalii secolului XX este confortabilă deoarece nu-i aruncă pe tărâmul unei erezii față de „buna doctrină veche”. Puterea economică există datorită imperfecțiunilor pieței și disputa rămâne astfel pe tărâmul economiei [3, p. 12], fără a intra în domeniul extrem de alunecos al social-politicului și totodată fără a da peste cap toată analiza clasică. Mai mult, nu este nevoie să se contrazică nimic, este necesar doar să se construiască mai departe. Modelul clasic/neoclasice poate rămâne ca un șablon, ca un punct de reper necesar în a se aprecia ceea ce ar trebui să fie idealul unei economii de piață, trecându-se însă mai departe, la o analiză a ceea ce există de fapt în realitate, adică stări de monopol, de oligopol, de concurență monopolistică sau îmbinări ale acestora.

Privind lucrurile dintr-o perspectivă realistă, firma deține putere atâta timp cât îi poate influența pe ceilalți participanți la piață în a lua decizii conform așteptărilor sale. Cea mai reprezentativă în acest sens este firma monopolistă. Ea poate impune prețul pe o piață, deci practic îi obligă pe cumpărători să accepte cel mai important element al tranzacției fără negociere. Monopolul poate apare datorită existenței unor condiții favorabile, cum ar fi, de exemplu, randamentele de scară, inovația, raritatea unor resurse, existența unei stări naturale ce exclude concurența etc. Spre deosebire de concurența perfectă, cererea pentru firma de monopol nu mai este independentă de preț, ci funcție inversă de acesta. Cererea pentru produsul firmei este în același timp și cererea ramurii, rezultând din însumarea tuturor cererilor individuale de pe piață.

Puterea producătorului monopolist rezultă din capacitatea acestuia de a alege cea combinație preț – cantitate care să-i maximizeze avantajul. Cel mai adesea, el va prefera să-și maximizeze profitul sau cifra de afaceri. Pentru maximizarea profitului (B) va trebui să țină seama de variația încasărilor totale și a costurilor totale, $B = I(q) - C(q)$.

Maximizarea se va produce atunci când, pentru ultima unitate produsă, sporul de beneficiu este zero, adică atunci când derivata în funcție de nivelul de producție este zero,

$$\frac{dB}{dq} = 0 \Rightarrow \frac{dI}{dq} = I_m = \frac{dC}{dq} = C_m .$$

Rezultă din această ecuație că monopolistul își va fixa nivelul producției Q^* corespunzător punctului de intersecție dintre dreapta încasării marginale și curba costului marginal. Profitul său, calculat ca produs dintre diferența între încasarea medie și costul mediu și cantitatea produsă Q^* , este astfel maximizat. Putem observa că din această stare de monopol rezultă în mod clar un avantaj pentru producător și un dezavantaj pentru consumator, de fapt se ajunge la o promovare a interesului monopolistului prin manipularea prin preț a consumatorului [2, p. 35].

Trebuie precizat însă că puterea firmei de monopol nu este absolută. Funcția cererii pentru produsul de monopol este funcție inversă de preț, așa încât stabilirea unui preț prea mare, va reduce cererea la nivelul 0. Așadar, chiar și în cazul extrem al pieței de monopol,

deținătorul puterii trebuie să țină seama în deciziile sale de anumite caracteristici ale celorlalți actori. Între cele două părți participante nu există o relație de subordonare ci de determinare. Este adevărat că forța determinării este mult mai mare de la firmă la cumpărător și că principala decizie îi aparține celei dintâi. Ceea ce vrem să afirmăm este că această ecuație a cererii $q=C(p)$ demonstrează că în economia de piață, chiar și în cea mai imperfectă formă de existență a ei, cumpărătorul are posibilitatea de a influența într-un anumit fel, prin intermediul cantităților cumpărate, decizia vânzătorului. Așadar, economia de piață nu conduce niciodată la situații de subordonare completă a intereselor unui agent economic, producătorul depinzând în ultimă instanță de decizia cumpărătorului de a cumpăra sau nu.

Firma poate exercita relații de putere nu numai asupra consumatorului, ci și asupra celorlalți producători, când aceștia există. Cel mai întâlnit caz este al oligopolului, când oferta este realizată de un număr restrâns de firme ce dețin o cotă mare din piața produsului. În comparație cu situațiile de concurență perfectă sau de monopol, când firma nu ține cont decât de semnalele date de consumatori, de această dată apare o serie de constrângeri din partea celorlalți ofertanți, fiind necesar un proces de negociere, adaptare sau impunere a unor condiții ce țin mai ales de preț și cantitatea vândută. Posibilitatea de maximizare a avantajelor în cazul oligopolului este în directă legătură cu dimensiunea firmei și de aceea tendința normală este de concentrare.

Cel mai elocvent pentru analiză este cazul duopolului. Pentru că oricare din cele două firme nu va fi imună la deciziile luate de cealaltă, Cournot a introdus, într-un studiu apărut în 1838, o *funcție de reacție* care urmărește comportamentul firmei B atunci când firma A ia decizia de modificare a uneia dintre variabilele de piață, prețul sau cantitatea. Modificarea prețurilor este dezavantajoasă pentru ambele firme, putând declanșa un război al prețurilor care să diminueze în mod substanțial marjele de profit. Cea mai convenabilă și mai des întâlnită formă de confruntare este cea cantitativă. La o decizie a firmei A de a modifica dimensiunea producției, firma B poate adopta două atitudini: una de readaptare a propriei oferte în funcție de cea a lui A, situație care poate fi caracterizată a fi una de dependență sau nu își va ajusta propria producție în funcție de A, caz în care se va produce o confruntare directă între cei doi ce se poate termina cu eliminarea de pe piață a unuia [12, p. 522].

În primul caz, cunoscut în teorie ca duopol simetric de tip Cournot, cele două firme au o atitudine de înțelegere și colaborare. Produsul fiind omogen și prețul identic, ajustarea se va face doar prin cantități. Prețul va fi funcție de cantitatea totală adusă pe piață de către cele două firme, $p = \Psi(q_A + q_B)$. Cum se realizează ajustarea? Dacă pe piață există doar firma A iar B va dori să intre pe piață, o va face în condițiile în care va produce o cantitate îndeajuns de mare care să-i maximizeze profitul, acceptând ca variabilă exogenă cantitatea produsă de A. La rândul ei, firma A acceptând intrarea pe piață a lui B, își va adapta și ea cantitatea în vederea maximizării profitului, luând q_B drept variabilă exogenă. Urmează o nouă ajustare a cantității produse de firma B, procesul continuând până când nici unul dintre producători nu va mai găsi necesar să-și modifice oferta, atingând punctul de optim.

Duopolul Cournot redă acea situație în care doi participanți de puteri relativ egale ajung, ca printr-o atitudine constructivă, să-și maximizeze avantajele, eliminând riscul unei confruntări directe din care ambele părți ar avea de pierdut. Situația de compromis, creată de reajustările propriilor acțiuni în funcție de acțiunile celorlalți și care pleacă de la premisa că scopul celuilalt nu este de a afecta interesul partenerului, ci de a-și promova propriul interes, poate descrie acceptiunea liberală asupra noilor relații la nivel internațional. De altfel, înglobând acest model al lui Cournot, teoria jocurilor stă la baza argumentării necesității compromisului și negocierii în relațiile internaționale.

Starea opusă, cea de conflict și de încercare de dominație reciprocă, este redată de un alt model neoclastic, cel al dublei dominații al lui Bowley [12, p.544]. Dacă ambele firme au

tendința de a se impune, aspirând simultan la acapararea pieței, atunci se va crea o stare conflictuală. Firma A își fixează producția la nivelul optim, care-i permite să-și maximizeze beneficiul. În același timp, firma B își fixează propria-i producție tot la nivelul ce-i maximizează beneficiul, în speranța că firma A se va adapta la această situație. Cum acest lucru nu se întâmplă, producția ce definește oferta totală se găsește într-un punct în afara curbelor de reacție ale celor două firme, apărând astfel o supraofertă. Supraoferta va determina scăderea prețurilor și schimbarea variabilei de ajustare de la cantitate la preț, ajungându-se astfel la o stare dezavantajoasă pentru ambele firme. Modelul Bowley reflectă foarte bine rezultatul unei atitudini bazate pe forță. Lipsa de comunicare, negociere și compromis conduce, în cele mai dese cazuri, la dezavantaje pentru ambele părți, având un grad foarte ridicat de incertitudine.

Situația cea mai convenabilă în situație de oligopol este cea descrisă de duopolul asimetric de tip Stackelberg, în care una dintre firme (A) este dominantă iar cea de-a doua se adaptează continuu. Firma A cunoaște foarte bine strategia și intenția de adaptare a firmei B și de aceea nu va ține cont de deciziile acesteia în fixarea nivelului maximizator al producției. Dacă firma A va considera că nivelul optim al producției este q_c , atunci firma B va trebui să-și fixeze producția la nivelul complementar q_d . Această poziție de satelit a lui B poate fi păstrată atâta timp cât cererea de piață este mai mare decât oferta maximizatoare a firmei A. În momentul în care breșa de piață dispăre, firma B va trebui să-și reconsidere atitudinea în una mai agresivă, altfel riscând să fie eliminată de pe piață [12, p. 549].

Așadar, puterea economică este prezentă în cadrul piețelor, deși ea nu a fost inițial obiectul de studiu al autorilor clasici liberali. Am văzut că economiștii ortodocși consideră puterea ca fiind o excepție de la concurența perfectă. Atâta timp cât există concurență, indivizii sunt proprii arbitri și fac alegeri în funcție de nevoi și dorințe, cel mai bun criteriu fiind cel al satisfacerii cât mai complete a acestora. Cele mai importante elemente în luarea deciziilor sunt prețurile libere și veniturile. De aceea, în această relație simplă nu există posibilitatea manipulării consumatorului de către vânzător și, implicit, nu pot apare relații bazate pe variabile exogene pieței libere. În concurența perfectă, agenții economici nu se pot influența unii pe alții în luarea deciziilor. Fiind mulți și de dimensiune redusă, pentru a-și maximiza profitul, producătorii trebuie să-și orienteze efortul înspre interior, rentabilizându-și activitatea prin diminuarea costurilor. Nimic altceva nu este posibil. Nerespectarea prețului impus de piața liberă duce în mod implicit, pe termen lung, la închiderea activității. Privind prin această optică liberală, termenul de putere este pur și simplu pulverizat, abordarea sa căzând astfel în desuet. Mai mult, unul din atuurile puterii îl reprezintă deținerea informației. Dar teoria concurenței perfecte elimină și această ipoteză. Agentul economic este perfect informat asupra pieței, informația circulând liber, în mod transparent. De la achiziționarea materiilor prime, angajarea de personal și până la formarea prețului de vânzare, totul se află sub controlul exclusiv al pieței. Respectarea ad literam a principiului *laissez faire*-lui rămâne singura soluție de supraviețuire, pentru că piața liberă este o entitate neutră, care reprezintă media comportamentelor agenților prezenți, penalizând și excluzând comportamentele anormale.

Sintetizând cele subliniate mai sus, putem afirma că dacă este posibilă existența concurenței perfecte, atunci tema discuției noastre nu mai există. Relațiile de putere nu pot exista într-un mediu perfect concurențial. Însă, între abordările teoretice ale mediului perfect concurențial și realitate există o mare diferență. Crearea unui model al pieței perfect concurențiale nu este, de cele mai multe ori, decât un exercițiu intelectual. Este vorba despre un proiect dacă nu utopic, cel puțin extrem de rar întâlnit în realitate. Condițiile de existență ale pieței cu concurență perfectă nu se îndeplinesc simultan, fiind mult prea restrictive. Când se poate vorbi despre atomicitate este greu să fie îndeplinită condiția omogenității produsului și a perfecte informări asupra pieței. Invers, când există omogenitate, nu mai

poate fi regăsită condiția atomicității. Ca să nu mai vorbim despre celelalte două condiții, de intrare liberă pe piață și de perfecta mobilitate a factorilor de producție, care nici măcar în teorie nu pot fi îndeplinite decât cu ajutorul unor ipoteze extrem de simplificatoare. Este exagerat să se vorbească despre o liberă circulație a factorului pământ sau a factorului muncă. Singurul care se apropie substanțial de cerințele concurenței perfecte este capitalul financiar, care reprezintă însă doar o componentă a ceea ce se înțelege prin capital în teoria economică.

Așadar, chiar dacă nu suntem entuziaști când o spunem, concurența perfectă nu reprezintă un model al comportamentelor reale de piață. Iar lipsa concurenței conduce implicit la concentrarea puterii și la manifestarea relațiilor de putere. Din momentul în care acceptăm existența imperfecțiunilor pieței, putem identifica încercări de manipulare a unor agenți economici de către alți agenți economici prin intermediul sistemului de prețuri, a dimensiunii proprietății, etc. Ajungem astfel la identificarea relațiilor de putere în cadrul piețelor și la o necesitate de adaptare a teoriei liberale la realitățile mai dure ale piețelor.

Bibliografie

- Denis, H., *Histoire de la pansee economiqué*, PUF, Paris, 1966.
- Dugger, W.M., *Corporate Hegemony*, Greenwood Press, New York, 1989.
- Fulda, J. S., *Economic Power*, Foundation for Economic Education, Inc., February 1988, Vol. 38, No. 2.
- Hayek, F.A., *Individualism and Economic Order*, Routledge and Kegan Paul, London, 1949.
- Kamath, S. J., *The political economy of Suppresed Markets*, Oxford University Press, 1992.
- Kirzner, I. M., *Competition and Entrepreneurship*, Chicago University Press, Chicago, 1973.
- Lukes, S., *Power: A Radical View*, MacMillan, London, 1974.
- McFarland, A. S., *Power and Leadership in Pluralist Systems*, Stanford University Press, Chicago, 1969.
- Palermo, G., *Economic Power and the Market Process*, Revista di Economia, vol. 24, N. 22, 1998.
- Rothschild, K.W., *Power*, In *The Elgar Companion to Institutional and Evolutionary Economics*, Edited by G.M. Hodgson, 1994.
- Scuch, G. E., *Remarks on Economic Power*, Humprey Institute of Public Affairs, February, 2001.
- Schumpeter, J.A., *History of Economic Analysis*, Routledge, London, 1994.
- Stevenson, R., *Industrial Structure and Power*, In *The Elgar Companion to Institutional and Evolutionary Economics*, Edited by G.M. Hodgson, 1994.