

**MARIA VĂDUVA  
CECILIA ELENA VĂDUVA**

**PREȚURI ȘI CONCURENȚĂ.  
NOȚIUNI DE BAZĂ ȘI APLICAȚII**



**EDITURA UNIVERSITARIA  
Craiova, 2013**

Referenți științifici:  
Lect.univ.dr. Loredana Ciurlău  
Lect.univ.dr. Gabriela Bușan

Copyright © 2013 Universitaria  
Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

---

### **Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**VĂDUVA, MARIA**

**Prețuri și concurență : noțiuni de bază și aplicații /**

Maria Văduva, Cecilia Elena Văduva. - Craiova :  
Universitaria, 2013

Bibliogr.

ISBN 978-606-14-0752-1

I. Văduva, Cecilia Elena

338.5(075.8)

339.137.2(075.8)

Apărut: 2013

**TIPOGRAFIA UNIVERSITĂȚII DIN CRAIOVA**

Str. Brestei, nr. 156A, Craiova, Dolj, România

Tel.: +40 251 598054

Tipărit în România

## CAPITOLUL 1

# COSTURILE – BAZĂ A FUNDAMENTĂRII PREȚURILOR

### 1.1. Conceptul costului

& H D P D L V cost S C D G H I Q Q  
F K H O W X L H O L O R U G H W H U P L  
V H U Y L F L L

Costul de producție reprezintă totalitatea cheltuielilor efectuate prin alocarea, utilizarea și consumul de factori de producție pentru producerea și comercializarea unui volum de bunuri economice.

Definirea costului presupune mai întâi, definirea finalității sale și a obiectului său, deoarece toate procedeele de elaborare a costului decurg din acești doi vectori fundamentali.

Finalitatea costului poate fi determinată:

a) *contabil*,  $S U L Q$   $v Q V X P D U H D$   $F K$   
contabilității analitice pentru a cunoaște nivelul costului efectiv al unui anumit produs;

b) *economic*, când întreprinderea vrea să meargă mai departe cu investigațiile sale.

Costul de oportunitate (sau costul economic) reprezintă costul opțiunii pentru o anumită alternativă în detrimentul alteia, aceasta exprimându-se în unități fizice de bunuri sau servicii la care este necesar să se renunțe pentru a produce sau a achiziționa un alt bun.

Costurile contabile reprezintă expresia bănească a consumurilor de resurse ocazionate de producerea și desfacerea unei mărfi (sau a unei anumite cantități dintr-un bun sau serviciu).

Costuri implicite cuprind acele cheltuieli necesare producției, care nu presupun plăți către terți, ele făcându-se pe seama

resurselor proprii ale unității în cauză. Costurile implicite, reprezentând salariul cuvenit proprietarului și venitul normal al capitalului sunt evaluate ca venituri ce ar putea fi încasate dacă resursele ar fi folosite în cea mai bună activitate concurentă.

Costurile simple pot fi urmărite pe elementele primare.

Costurile complexe sunt cele care grupează mai multe costuri simple.

Costurile directe sunt identificabile și măsurate în momentul efectuării lor și pe fiecare produs.

Costurile indirecte sunt ocazionate pe fabricarea întregii producții.

Costul global (CG) - reprezentând ansamblul costurilor corespunzătoare unui volum dat al producției.

Costurile fixe sunt independente de volumul producției (taxe și impozite, amortizarea capitalului fix, încălzirea, iluminatul fabricii)

Costurile variabile sunt cheltuielile care se modifică odată cu volumul fizic al producției

$C_t = C_f + C_v$  este suma costurilor fixe și variabile:

$$C_t = C_f + C_v = C_f + f(Q)$$

antrenat de o unitate suplimentară de producție; sau este creșterea costului determinată de creșterea producției cu o unitate.

Costul mediu sau Costul unitar (CM) - reprezintă costurile globale pe unitatea de produs.

Costul fix mediu (CFM) reprezintă costul fix ce revine fiecărei unități de producție.

Costul variabil mediu (CVM) este raportul dintre costul variabil total și volumul de producție.

Costul total mediu (CTM) este costul total suportat de fiecare unitate de producție.

Minimizarea costurilor înseamnă reducerea costurilor pe unitatea de efect util sau pe unitatea de rezultat, având un rol determinant în maximizarea profiturilor. Raportul este indirect proporțional.

Volumul producției dincolo de care se poate obține profit se numește „pragul rentabilității”.

Limita până la care firma poate suferi reducerea prețului de piață în raport cu nivelul costului său marginal este punctul(pragul) de închidere. Aici este punctul de întâlnire a curbei costului marginal cu curba costului variabil mediu.

Întreprinderea dorește, cu ajutorul calculelor previzionate ale costurilor, să ia decizii cu privire la prețuri. În acest caz, calculul contabil este prea îngust, trebuie acționat asupra cheltuielilor viitoare.

Contabilii definesc **costul** ca pe un sacrificiu sau o renunțare la o resursă în vederea atingerii unui obiectiv specific. Un cost (cum ar fi materiile prime directe sau publicitatea) este cuantificat de regulă ca suma de bani ce trebuie plătită pentru a achiziționa anumite bunuri sau servicii.

**Costul efectiv** H V W H X Q F R ~~Costul~~ V X  
F R V W X O X L E X J H W D W V D X

Este necesar a se folosi calcule oportune și decisive, să se adapteze costurile calculate în contabilitate.

Pentru a-și fundamenta deciziile, managerii vor să știe cât costă un anumit lucru (produs, utilaj, serviciu sau proces de producție, de exemplu). Acest „lucru” este numit **obiect de evidență și calculație a costurilor (sau, mai simplu, obiect de cost** V D X S X  
tător de cost) și poate fi orice element pentru care se dorește o cuantificare a costurilor.

*Obiectul costului* Q X H V W H Q L P L F  
calculului, pentru a folosi un termen fiscal, adică ansamblul elementelor având în vedere costul. Aceste elemente pot fi: produsele, investițiile, funcțiile etc.

În calcul întâlnim costuri programate și costuri neprogramate, cum ar fi cazul confecționării unor noi produse pentru care consumurile de materiale sau manoperă diferă față de cele existente.

*În termeni monetari, costul exprimă (măsoară) însumarea resurselor utilizate pentru obiectul său.*

' L Q S X Q F W G H Y H G H U H D O  
V F X U W H V D X O X Q J L

### **Exemplu:**

Se prezintă șapte exemple de obiecte de cost diferite pentru care Compania Procter & Gamble, o companie specializată în produse de larg consum, calculează costuri.

1. *Produs* : Colgate Herbal : pastă de dinți cu aromă originală

2. *Serviciu* : Linie telefonică gratuită prin intermediul căreia se oferă informații și asistență utilizatorilor produselor din gama Pampers Diapers

3. *Proiect* : Proiect de cercetare-dezvoltare vizînd formule alternative fără parfum pentru detergenții din gama Tide

4. *Client* : Safeway, o companie de comerț cu amănuntul, care cumpără o gamă largă de produse Procter & Gamble

5. *Marcă* : Gamă de produse capilare Vidai Sassoon

6. *Activitate*: Conceperea și actualizarea sitului Internet al companiei sau instalarea unor utilaje de producție

7. *Departament*: Departamentul mediu înconjurător, sănătate și securitate

### **Aplicație rezolvată – costuri variabile**

Dacă Dacia cumpără cîte un volan la preț unitar de 60\$ pentru fiecare automobil marca Logan, atunci costul total al volanelor ar trebui să fie egal cu 60\$ înmulțit cu numărul de automobile asamblate. Dacă Dacia produce 1.000 de automobile Logan, atunci costul total al volanelor este de 60.000\$ (60\$ pe volan x 1.000 de volane). Dacă Dacia produce 3.000 de automobile Logan, atunci costul total al volanelor este de 180.000\$ (60\$ x 3.000). Costul volanelor este un exemplu de cost variabil, adică de cost care se schimbă ca total proporțional cu modificarea numărului de automobile asamblate.

## **1.2. Costul - element de fundamentare a prețului în optica producătorului vânzător**

nîconomia de piață, relația dintre cost și preț își dezvăluie caracteristica dominantă de *legătură indirectă*, deoarece costul influențează indirect asupra prețului format pe piață.

În funcție de raportul cerere-ofertă, ale cărui dimensiuni sociale sunt recunoscute prin mecanismul pieței, când se poate cunoaște de fapt, care este oferta și care este cererea, *costul fiecărui producător poate fi mai mic, egal sau mai mare decât prețul.*

În cazul în care costul este mai mare decât prețul, înseamnă că producătorul nu acoperă în întregime cheltuielile, rezultând pierderi.

Când costul este egal cu prețul, înseamnă că producătorul își acoperă integral cheltuielile, dar nu obține profit.

Dacă costul este mai mic decât prețul, înseamnă că producătorul acoperă în întregime cheltuielile obținând profit.

Așadar, fiind o rezultată a echilibrării cererii cu oferta la piață, *prețul nu se formează în funcție de cost*, ci în funcție de posibilitatea de echilibrare la un anumit nivel al său a celor două componente ale pieței.

Însă, existența lui îi conștientizează pe producători pentru a căuta soluții tehnice și economice în vederea reducerii lui.

Nivelul jocului liber al pieței incită pe agenții economici spre progres.

*Nivelul costului de producție este în exclusivitate problema producătorului.*

Cunoașterea caracteristicilor de legătură indirectă între cost și preț determină preocupări constante ale producătorilor de a-și optimiza costul acționând asupra reducerii lui, pentru a-și asigura un profit cât mai ridicat.

*Concurența directă prin preț antrenează indirect o concurență prin cost.*

/ ~~De~~ ~~și~~ ~~nu~~ Del de preț câștigă mai mult orice producător al cărui cost este mai redus.

Absolutizarea caracterului de relație directă între cost și preț bazată pe planificare a însemnat stabilirea prețurilor prin însumarea mecanică a costului cu profitul determinat, și el, după metode administrative și greu de adaptat la schimbările survenite în mărime reală a valorii de schimb a produselor și serviciilor, creând anomalii de preț, menținute pe perioade îndelungate de timp.

*Orice producător trebuie să-și realizeze o fundamentare a costului și a marjei profitului, pentru a putea aprecia, mai întâi ca*