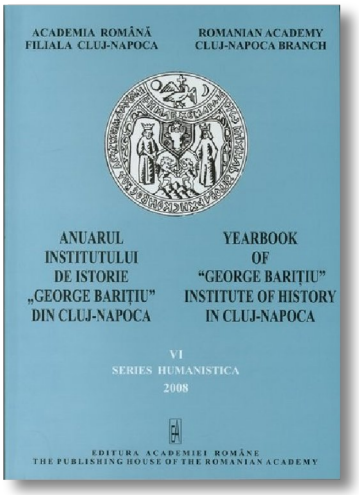

ISSN 1584-4404

Yearbook of the George Barițiu History Institute of Cluj-Napoca Series *Humanistica*

humanistica.ro

Reflecții asupra conceptului de piață și de marfă

Vasile Marian

How to cite this article:
Marian, Vasile (2008) *Reflecții asupra conceptului de piață și de marfă*, Yearbook of the George Barițiu History Institute of Cluj-Napoca, Series Humanistica, Vol. 6, pp. 313–338. DOI: 10.5281/zenodo.22965779

© 2008: The Publishing House of the Romanian Academy.
Humanistica Yearbook is published online since 2003.
Submit your article to Humanistica Yearbook: secretariat.dcsu@acad-cj.ro

REFLECȚII ASUPRA CONCEPTELOR DE PIAȚĂ ŞI DE MARFĂ[1]

Vasile Marian

Institutul de Istorie „George Barițˮ din Cluj-Napoca

Abstract. *In a lot of our so far investigations we came up against plethorical, subtle and even sophisticated expressions as well as against the obscurity of some terms like* ***market*** *and* ***merchandise****, which seem elementary but in fact they are windy. That is why we take them back in a brief analysis for the readers accustomed with another vocabulary. To our reflection we add numerous positive and negative points of view expressed in the old and new literature of speciality from us and abroad in order to avoid one or another reader's option through an unforgivable simplicity of things.*

În cercetările noastre de până acum ne-am lovit în multe cazuri de o bogăție de expresii aproape pletorică, subtilă şi chiar sofisticată, dar şi de obscuritatea unor termeni, precum aceia de *piață* şi de *marfă*, termeni care pe cât par de elementari, pe atât sunt de întortocheați, ceea ce ne îndeamnă să reluăm pe scurt o analiză a lor, analiză care poate fi o şansă în plus de a fi crezuți în câte ceva din ceea ce am spus şi vom mai spune, dacă vom mai apuca, de către cititorul obişnuit cu un alt vocabular, dobândit adesea în mod ad-hoc, datorită unei lipse oarecare de timp, pricepere şi/sau de interes pentru clarificarea noțiunilor cu care operează el.

1. CONCEPTUL DE PIAȚĂ

Opțiunea pentru o definiție a noțiunii de *piață* presupune alegerea ca *premisă*: ba a relațiilor de schimb dintre oameni, ba a locului de desfăşurare a acestor relații, ba a obiectului lor, ba a altceva, precizare fără de care nu se poate ajunge la o

[1] Prezentul studiu este o formă revizuită şi adăugită a analizei făcute de autor pe această temă preliminar în Vasile Marian, *Piață şi piețe*, „Anuarul Institutului de Istorie «George Barițˮ» din Cluj-Napocaˮ, Series Humanistica, Bucureşti, Edit. Academiei, tom. 4, 2006, p. 327–380; Vasile Marian, *Piața ca lume a mărfurilor*, „Probleme actuale ale gândirii, ştiinței şi practicii economico-socialeˮ, Editor Facultatea de Ştiințe Economice din Cluj-Napoca a Universității Creştine „Dimitrie Cantemirˮ Bucureşti, vol. X, Cluj-Napoca, Edit. Risoprint, 2007, p. 61–71.

An. Inst. de Ist. „G. Barițiuˮ din Cluj-Napoca, Series Humanistica, tom. VI, 2008, p. 313–338

suficientă exactitate în raţionamentele noastre ulterioare. Pe lângă exactitate, se cuvine a ne preocupa şi de o suficientă claritate, deşi s-a observat că „în orice discurs cerinţa clarităţii acţionează în sens contrar cerinţei de exactitate”[2].

În spiritul unor asemenea cerinţe, apreciem că se poate vorbi de *piaţă* de când există *schimb de mărfuri*, în vreme ce alţi gânditori contestă acest lucru, spunând că folosirea pentru *piaţă* a „unei expresii sinonime ca «*economie de schimb*»” ar însemna că „s-ar putea închipui şi o situaţie de troc”[3], că *schimbul de mărfuri* ar cuprinde şi *trocul*, considerat de către unii autori, sub influenţa unor pasaje izolate din lucrările lui K. Marx[4], a fi „schimb direct de produse”[5].

Cei care exclud trocul din piaţă reduc piaţa la *schimbul de mărfuri prin intermediul banilor*, schimb cunoscut în mod particular sub numele de *circulaţie a mărfurilor*[6], scăpând din vedere faptul că în cadrul unui schimb nemijlocit de produse A şi B „obiectele A şi B nu sunt mărfuri înainte de schimb”, însă „devin mărfuri [...] datorită schimbului”[7]. De altfel, logic vorbind, a recunoaşte că *trocul* este *schimb* prin comensurare, iar bunurile care fac obiectul acestui schimb *nu sunt mărfuri* şi *nu aparţin pieţei* este în *dezacord* cu istoria trocului, dezacord care poate fi înlăturat prin găsirea unei denumiri adecvate pentru schimbul de mărfuri prin intermediul banilor, *piaţa monetară*, să zicem, în raport cu care schimbul mărfurilor ce formează trocul ar putea fi numit *piaţă nemonetară*.

Astfel, am arătat deja că după opinia mai multor economişti *trocul* „a apărut încă în comuna primitivă fiind rezultatul formei slab dezvoltate a producţiei de mărfuri”. Or, cronologic gândind, pentru ca trocul să fi apărut ca rezultat al

[2] În raportul dintre exactitatea şi claritatea unei afirmaţii este valabilă şi reciproca, în sensul că „mărirea exactităţii unei afirmaţii” implică ”acumularea de specificări condiţionale, relativizări la un sistem de referinţă şi precizări care, inevitabil, reduc pertinenţa şi claritatea ideii principale” (Adrian Paul Iliescu, *Despre experienţa traducerii filosofice*, în David Hume, *Cercetare asupra intelectului omenesc*, Bucureşti, Edit. Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1987, p. 74).

[3] Alexandru Taşnadi şi Bogdan Taşnadi, *Universul teoriilor economice*, vol. 2, Bucureşti, Edit. Economică, 2004, p. 16.

[4] Asemenea pasaje din lucrările lui K. Marx ar putea fi: acolo unde găsim doar „oameni total dependenţi – şerbi şi seniori, vasali şi suzerani, laici şi clerici”, precum „în întunecosul ev mediu european”, acolo „Munca şi produsele intră în angrenajul social ca servicii şi ca prestaţii în natură.” [Karl Marx, *Capitalul*, vol. I (*Procesul de producţie a capitalului*), în Marx-Engels, *Opere*, vol. 23, Bucureşti, Edit. Politică, 1966, p. 91 şi 92]; „Forma schimbului nemijlocit de produse este: x obiect de întrebuinţare A = y obiect de întrebuinţare B”, iar „Atâta timp cât încă nu se schimbă două obiecte de întrebuinţare diferite, ci pentru un obiect se oferă ca echivalent general o masă haotică de obiecte, aşa cum se întâlneşte în mod frecvent la sălbatici, schimbul nemijlocit de produse este încă în faşă” (*Ibidem*, p. 102); „Circulaţia mărfurilor se deosebeşte de schimbul direct de produse nu numai formal, ci şi în fond”, în sensul că în schimbul nemijlocit este o „relaţie specială” care nu e determinată de relaţiile generale dintre oameni, aşa cum este schimbul de mărfuri prin intermediul banilor (*Ibidem*, p. 126).

[5] „TROC, schimb în natură, schimb direct de produse fără mijlocirea banilor.” (*** *Dicţionar de economie politică*, Bucureşti, Edit. Politică, 1974, p. 779).

[6] „CIRCULAŢIE A MĂRFURILOR, schimb de mărfuri prin intermediul banilor” (*Ibidem*, p. 125).

[7] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 102.

producţiei de mărfuri, această producţie trebuia să existe, iar dacă ea a existat atunci trocul nu putea fi, în absenţa banilor, decât „marfă contra marfă”[8].

Pe urmă, dacă s-a spus cu mai bine de 30 de ani în urmă că *trocul* „se menţine şi astăzi, mai ales în ţările şi regiunile slab dezvoltate”, alţi autori constată mai recent (2002) că *el* s-a practicat până de curând pe scară largă şi între fostul bloc al ţărilor comuniste şi blocul ţărilor occidentale[9], şi e de aşteptat să fie omniprezent şi de acum înainte oricând şi oriunde preţurile nu mai sunt măsuri corecte de valoare a mărfurilor[10].

În sfârşit, cercetări mai recente ne arată că viziunea pe care o avem despre *troc* este tributară încă cunoaşterii lui doar în coexistenţă cu banii. Or, *el* a ajuns să fie un schimb de „bunuri şi servicii” atât de dezvoltat înainte de apariţia banilor, încât se poate vorbi de pe atunci de pieţe, ce se organizau în cadrul unor întâlniri pe care indienii din America de Nord le numesc generic *potlatch*[11].

Ca formă de colaborare între oameni în vederea înfăptuirii, într-o măsură mai mică sau mai mare, de către fiecare a scopului său, *piaţa* constă din relaţii de schimb de bunuri prin comensurare, de mărfuri, calitate în care ea este un *fenomen*, o *aparenţă* a unei realităţi, a unor idivizi care interacţionează într-un anumit mod. *Piaţa* nu pluteşte în „aer” decât în minţile noastre; *ea* presupune relat(iv)e – indivizi, oameni, persoane fizice şi juridice care interacţionează într-un anumit mod.

Cândva, *piaţa* s-a definit luând în considerare şi locul de desfăşurare în mod direct (*face to face* sau *tête à tête*) a relaţiilor de schimb (prin comensurare) între oameni[12]. Însă, cum de o vreme încoace oamenii comunică între ei într-o măsură

[8] „Între comunităţile omeneşti s-au statornicit cu timpul relaţii regulate de schimb, care au luat iniţial numai forma de troc – marfă contra marfă” (Radu Negrea, *Moneda. De la scoicile-monedă la cecul electronic*, Bucureşti, Edit. Albatros, 1988, p. 5).

[9] În cazul schimburilor de mărfuri dintre fostele ţări socialiste şi ţările capitaliste a fost voba de ceva mai mult decât de *troc*, de o formă de schimb pe care literatura de specialitate occidentală o denumeşte la fel – *barter*. Barter-ul practicat cu fostele ţări socialiste şi cel care se mai practică şi azi pe plan mondial, chiar şi între persoane din ţări dezvoltate, este un schimb de „marfă non-bani contra marfă-non-bani” la una din următoarele 3 parităţi: a) valutară; b) fosta marfă monetară (aur) sau o altă marfă (grâu, petrol etc.) convenită de părţi; c) putere de cumpărare a două monede din ţările de proveniență a mărfurilor ce se schimbă reciproc sau/şi din alte ţări ori zone monetare.

[10] „What at first sight is perhaps more surprising is that such a primeval form of direct exchange should persist right up to the present day and still show itself vigorosly, if exceptionally, in so many guises particularly in large-scale international deals between the eastern bloc and West. However, barter is crudely robust and adaptable, characteristics which help to explain both its longevity and its ubiquity” (Glyn Davies, *A History of Money: From Ancient Times to the Present Day*, Cardiff, University of Wales Press, 2002, p. 9).

[11] „The potlach was a sort o massonic rite, eisteddfod, Highland games, religious gathering, dance festival and market fair all rolled into one” (*Ibidem*, p. 11).

[12] „Thomas Suavet vedea în piaţă un «loc public unde se adună periodic un număr de comercianţi pentru a vinde mărfurile lor». De pildă piaţa de flori, piaţa de legume etc. Piaţa este în înţelegerea sa locul unde cererile cumpărătorilor se întâlnesc cu ofertele vânzătorilor şi unde se

tot mai mare indirect, prin intermediul unor creaţii ale lor: scrisori, telegraf (dac-o mai fi existând pe undeva!), radio, telefon, televiziune şi, mai nou, internet[13], se crede că piaţa poate fi definită făcând abstracţie de locul desfăşurării ei.

Internet-ul a devenit un altfel de *loc* decât eram noi obişnuiţi să numim spaţiul, de pildă, întindere materială/„palpabilă”/„tangibilă” a unui obiect sau distanţă până la acesta. De aici, şi părerea altor economişti că piaţa este un loc „real şi imaginar”[14].

Şi după părerea noastră, o judecată mai echilibrată n-ar trebui să facă abstracţie de loc sau de spaţiu, dacă nu în conţinutul pieţii, atunci măcar în caracterizarea ei. Ignorarea lui nu duce la mai multă claritate, ci la o descriere mai săracă a pieţei. Prin extensie, precum atâtea alte cuvinte, spaţiul devine, atât *fizic* cât şi *virtual* – cum spun informaticienii, delimitare care ne permite să distingem tot atâtea feluri de piaţă. De altfel, sintagma *comerţ electronic* nu-i decât o recunoaştere a existenţei unei asemenea forme de piaţă, având un spaţiu diferit decât cel cunoscut a fi, cu lungime, lăţime şi înălţime.

Fără *spaţiu*, de un fel („fizic”) sau altul (virtual), *piaţa* se desprinde de realitate şi capătă, într-o măsură mai mică sau mai mare, un *sens figurat* (precum în expresia: *asta-i* sau *aşa-i piaţa*). Fără *el* (spaţiu) creşte riscul de a pierde din vedere faptul că *piaţa* este o *determinare a* unei anumite *realităţi*, care nu există decât în spaţiu.

Un alt element controversat în definirea pieţei îl reprezintă *obiectul relaţiilor de schimb*, obiect pe care se pare că, de asemenea, nu-l agreează toţi specialiştii, deşi toată lumea vorbeşte de fel de fel de pieţe[15], ba de mărfuri, ba de mărfuri şi

ajustează anumite preţuri. Autorii *Dicţionarului de ştiinţe economice* elaborat sub direcţiunea lui Jean Romeuf scriu că termenul de «piaţă» desemnează locul public de vânzare de bunuri. După opinia lor, se numesc pieţe şi locurile unde se încheie tranzacţii. Prin extensiune, ansamblul condiţiilor caracteristice producţiei, schimbului şi consumului unui bun a primit numele de piaţă. De exemplu, piaţa franceză, piaţa germană, piaţa canadiană sau piaţa europeană a cărbunelui, piaţa mondială a cărbunelui etc.” [Aurel Negucioiu, *Piaţa*, în Aurel Negucioiu (coord.), Gh. Dîţu, Anton Drăgoescu şi Sabin Pop, *Economie politică*, vol. I, Cluj-Napoca, Edit. George Barițiu, 1998, p. 289-291].

[13] „Piaţa a fost definită ca «loc de întâlnire», dar expresia nu trebuie luată *ad litteram*; nu este necesar ca ofertanţi şi solicitatori să se întâlnească fizic; cererile şi ofertele lor trebuie să se întâlnească, iar materializarea acestora se poate face prin ordine scrise, telex sau telefon în anumite cazuri (piaţa de schimburi pentru specialişti etc.)” (Gilbert Abraham-Frois, *Economia politică*, ediţia a 3-a, Bucureşti, Edit. Humanitas, 1994, p. 212).

[14] „[...] piaţa trebuie privită ca locul real şi imaginar de întâlnire la un moment dat, a dorinţelor consumatorilor – exprimate prin cerere – cu cele ale producătorilor – exprimate prin ofertă, locul în care puterile agenţilor care o compun se confruntă” [Sică STANCIU, *Piaţa – componentă principală a mediului de afaceri*, http://www.unibuc.ro/eBooks/Stiinte ADM/sica/4.htm (16.01.2006)] .

[15] „Logica elementară ne îndeamnă să credem şi să susţinem că *numele pieţei* îşi are rădăcinile, originea în *obiectul tranzacţiei* pe piaţă” (Aurel Negucioiu, *Piaţa muncii sau piaţa forţei de muncă?*, „Probleme actuale ale gândirii, ştiinţei şi practicii economico-sociale”, Editor Facultatea de Ştiinţe Economice din Cluj-Napoca a Universităţii Creştine „Dimitrie Cantemir” Bucureşti, nr. VIII, Cluj-Napoca, Edit. Risoprint, 2005, p. 10).

servicii[16], ba de produse[17], ba de bunuri, ba de bunuri şi servicii[18], ba de capitaluri, ba de forţă de muncă[19], ba de altceva[20] sau de alt fel (specifice, generale etc.). Asta, probabil din cauză că nu avem încă un nume generic unanim acceptat pentru tot ceea ce schimbă oamenii între ei (prin comensurare).

Înainte de a alege un nume pentru aşa ceva, mai arăt că printre economiştii care s-au ocupat de definirea pieţei se numără elveţianul de origine franceză Simon de Sismondi (1773–1842), care, într-o lucrare a sa de la începutul secolului al XIX-lea, scria că piaţa constituie „«masa consumatorilor, gusturile lor, proporţiile consumului lor şi ale veniturilor»", iar pentru ea „«lucrează fiecare producător»"[21].

Unul dintre fondatorii şcolii marginaliste a valorii în economie – englezul William Stanley Jevons (1835–1882) – afirma că „piaţa semnifică «Orice grup de persoane care sunt în relaţii strânse de afaceri şi efectuează tranzacţii importante cu un produs»"[22].

[16] A se vedea, de pildă, Victor Jinga, *Moneda şi problemele ei contemporane*, vol. 2, Cluj-Napoca, Edit. Dacia, 1981, p. 14 şi 235; Alexandr Zirnoviev, *Occidentul. Fenomenul occidentalismului*, Bucureşti, Edit. Vremea, 2002, p. 142; *** *Constituţia Uniunii Europene*, Partea I, art. 57 – http://www. intercultural.ro/europa/Constitutia EuropeanainRO.pdf.

[17] „Prin piaţă se înţelege piaţa relevantă, respectiv piaţa relevantă a produsului şi piaţa relevantă geografică [...]", iar „piaţa relevantă a produsului include toate produsele şi/sau serviciile [...]" [Consiliul Concurenţei, *Ordin* (nr. 87 din 16 aprilie 2006) *privind punerea în aplicare a Regulamentului pentru aplicarea prevederilor art. 5 şi 6 din Legea concurenţei nr. 21/1996, cu modificările şi completările ulterioare, privind practicile anticoncurenţiale*, „M.Of. al României", Partea I, nr. 430 din 13 mai 2004, art. 2, al. 1].

[18] A se vedea, de pildă Milton Friedman, *Capitalism şi libertate*, Bucureşti, Edit. Enciclopedică, 1995, p. 27; Paul A. Samuelson, William Nordhaus, *Economie politică*, ediţia a XV-a, Bucureşti, Edit. Teora, 2000, p. 21, 23, 24, 26, 27 ş.a.; Friedrich August Hayek, *Denaţionalizarea banilor*, Bucureşti, Edit. Libertas Publishing, 2006, p. 56 şi 59; *** *Politici comune ale Uniunii Europene*, Petre Prisecaru (coord.), Bucureşti, Edit. Economică, 2004, p. 140; Silviu Cerna, Liliana Donath, Victoria Şeulean, Diana Bărgălăzan, Bogdan Boldea, *Economie monetară şi financiară internaţională*, Timişoara, Edit. Universităţii de Vest, 2005, p. 13, 17, 28, 29, 34, 67, 172, 204, 205 ş.a.; Pe piaţă, *ofertanţii* sunt „producătorii de factori de producţie, de bunuri de consum, servicii, vânzători de valori mobiliare şi alţi vânzători", *purtătorii cererii* sunt „cumpărătorii de bunuri şi servicii, de valori etc.", iar *obiectul schimbului* „este reprezentat de *bunul economic*" – „bun material sau serviciu ce are capacitatea de a satisface o nevoie, este disponibil şi rar în acelaşi timp", precum şi supus „măsurării fizice" (Ilie Băbăiţă şi Alexandrina Duţă, *Pieţe şi preţuri*, Timişoara, Edit. Universităţii de Vest, 1995, p. 8 şi 9).

[19] „Dacă [...] obiectul care se vinde şi se cumpără este *forţa de muncă* atunci este firesc şi logic ca piaţa respectivă să poarte numele de *piaţă a forţei de muncă* [...] Concomitent, socotim că atunci când *obiectul* vânzării-cumpărării este *«mâna de lucru»* sau *«braţele de muncă»* este *firesc şi logic* ca piaţa respectivă să fie numită *«piaţa mâinii de lucru»* sau *«piaţa braţelor de muncă»*. Şi tot *firesc şi logic* procedează economiştii care considerând expresiile «mână de lucru» şi «braţe de muncă» *metafore* pentru *forţa de muncă*, numesc piaţa respectivă *«piaţa forţei de muncă»*" (Aurel Negucioiu, *Piaţa muncii sau piaţa forţei de muncă?*, ..., p. 10 şi 11).

[20] „There are markets for tangible goods or commodities like bananas or shoes, markets for factor inputs like construction workers or farm land" (Werner Sichel & Peter Eckstein, *Basic Economic Concepts. Macroeconomics*, 2d ed., USA, Chicago, Rand McNally College Publishing Company, 1977, p. 50).

[21] Apud Aurel Negucioiu, *Piaţa*, ..., p. 289.

[22] *Ibidem*.

Pentru alți autori, *piața* nu-i nici așa ceva: „«Piața nu este un loc, un obiect sau o entitate colectivă»", ci „«un proces, mânat de interdependențele acțiunilor diferiților indivizi care cooperează în cadrul diviziunii muncii»"[23], iar o astfel de definiție se crede că reușește a surprinde „toate aspectele esențiale ale pieței"[24].

Potrivit unei alte opinii, *piața* este așa ceva, adică un proces, pe lângă altceva; *ea* apare și „ca o instituție ce trebuie să asigure în ultimă instanță prin funcțiile sale: libertatea agenților economici, suveranitatea consumatorului, alocarea optimă a resurselor, echilibrul economic pe termen lung"[25].

Ca *instituție* sau *și ca instituție*, autorii unei lucrări destul de recente văd în piață anumite „reguli sociale și modele de comportament rezultate din acestea"[26], în vreme ce în limba română sunt mult mai răspândite alte accepțiuni ale noțiunii de *instituție*, precum acelea de „organ sau organizație (de stat) care desfășoară activități cu caracter social, cultural, administrativ etc." ori „Formă de organizare a raporturilor sociale, potrivit normelor juridice stabilite pe domenii de activitate"[27] – parte a suprastructurii[28].

Și în literatura occidentală pot fi găsite mai multe definiții ale *instituției*, dintre care unele ne apropie cu *piața* ca *instituție* de ceea ce s-a spus deja, de anumite relații sociale, de schimb, pe care oamenii le cunosc de bine-de rău și încearcă să se conformeze anumitor reguli desprinse și/sau induse din/în ele[29].

[23] Ludwig von Mises, apud Alexandru Taşnadi și Bogdan Taşnadi, *op. cit*., p. 16.

[24] Alexandru Taşnadi și Bogdan Taşnadi, *op. cit*., p. 16.

[25] Sică Stanciu, *op. cit*.

[26] „Instituțiile pot fi definite ca reguli sociale și modele de comportament rezultate din acestea. [...] Cele mai importante instituții sunt: drepturile omului și ale cetățeanului, proprietatea, statul, piața, precum și obiceiurile și alte reguli nescrise. [...] În fond și «piața» ar trebui să fie privită (atât în teorie cât și în realitate) ca o instituție" (Jan Kregel, Egon Matzner și Gernot Grabher, *Șocul pieței. O agendă pentru reconstrucția economică și socială în Europa Centrală și de Est*, București, Edit. Economică, 1995, p. 34).

[27] Academia Română – Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan", *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a 4-a, București, Edit. Univers Enciclopedic, 1998 (DEX '98) – http://dexonline.ro/search.php?cuv=institutie.

[28] **„INSTITÚȚIE** *s.f.* **1.** Formă de organizare a unor raporturi sociale – politice, juridice etc. – parte a suprastructurii" (Florin Marcu și Constant Maneca, *Dicționar de neologisme*, București, Edit. Academiei, 1986).

[29] „On peut trouver plusieurs définitions dans la litterature [...] Je propose la suivante: les institutions seront définies comme un ensemble de règles qui structurent les interactions sociales de façon particulière. La connaissance de ces règles doit être commune à tous les membres du groupe approprié ou à la société. Les institutions sont des règles qui fournissent des informations sur la façon dont les agents vont agir dans certaines situations; elle sont reconnues par les membres du groupe concerné comme les règles auxquelles les autres se conforment dans ces situations. Elle structurent les choix stratégique des agents d'une façon telle qu'elle produisent des résultats d'équilibre. Le fait qu'elles soient des règles signifie que leur non-respect implique une sanction. Les règles formelles sont explicitement codifiées; leur non-respect est suivi d'une sanction délivrée par une autorité légitime. La légitimité est définie par rapport au groupe ou à la communautée concernés par les règles et définie ce sur qoi les agents s'accordent. Dans le cas d'une constitution ou une loi, les autorités légitimes sont les cours de justice et l'État. Dans le cas des règles internes d'une organisation, l'autorité légitime peut être la direction de l'organisation" (Bruno Amable, *Les cinq capitalismes. Diversité des systemes économiques et sociaux dans la mondialisation*, Paris, Editions Seuil, 2005, p. 49 et 54).

În sfârşit, despre piaţă se mai spune că este un *mecanism economic*, şi anume, „«mâna invizibilă» ce reglementează activitatea economică, «forţa impersonală» care acţionează dincolo de capacitatea de intervenţie a participanţilor, «forţa arbitrară» ce determină preţul şi implicit venitul, reprezentând astfel o ameninţare atât pentru producător cât şi pentru consumator”[30].

Într-adevăr, *piaţa* a fost şi în unele privinţe mai este un mod de viaţă a oamenilor, compatibil „cu toate rasele, toate confesiunile”, care convine „mahomedanului, confucianistului, ca şi luteranului”, căci ocoleşte „limbile şi credinţele”, instaurează „apetituri şi uzajuri comune tuturor” şi „îi obligă pe oameni să alcătuiască o societate, să lege relaţii paşnice în care folosul şi profitul o iau înaintea onoarei şi superstiţiilor”[31].

2. **CONCEPTUL DE MARFĂ**

Marfa este o noţiune veche, iar ca orice noţiune are şi ea o sferă în care, de-a lungul timpului, au fost introduse fel şi fel de lucruri (în sensul larg al acestui din urmă cuvânt). Lucrurile care alcătuiesc sfera acestei noţiuni formează *lumea mărfurilor*, o „lume” extrem de dinamică, care a devenit obiect de studiu al disciplinei speciale numite mai întâi *studiul mărfurilor*, iar mai târziu *merceologie*[32]. Apoi, prin extinderea ei şi la mărfurile cu alte proprietăţi decât fizice şi chimice şi/sau care nu se pot păstra, ea a devenit obiect de studiu şi pentru alte discipline speciale, precum aşa-zisa *economie a serviciilor*.

În vremea când se credea că era obiect de studiu doar al *merceologiei*, *lumea mărfurilor* era considerată a forma avuţia unei societăţi, iar „fiecare marfă în parte” – o „existenţă elementară a acestei avuţii [...] un obiect al necesităţilor omeneşti, un mijloc de subzistenţă în sensul cel mai larg al cuvântului”[33].

Astăzi, despre o *marfă* se mai spune că este, printre altele, ba „*rezultatul muncii/ activităţii omeneşti*”[34], ba „*un produs al muncii destinat schimbului prin procesul de vânzare-cumpărare*”[35] (deci nu orice rezultat al muncii şi cu atât mai puţin al oricărei activităţii omeneşti), ba „orice *bun economic apt să satisfacă o trebuinţă socială reală şi disponibil pentru vânzare pe piaţă, prin tranzacţii*

[30] Sică Stanciu, *op. cit*.

[31] Pascal Bruckner, *Mizeria prosperităţii*, Bucureşti, Edit. Trei, 2002, p. 90.

[32] **„MERCEOLOGÍE,** *merceologii,* s.f. Disciplină al cărei obiect îl constituie studierea proprietăţilor fizice şi chimice ale mărfurilor în vederea stabilirii calităţii lor şi a condiţiilor de păstrare” (DEX ’98 – http://dexonline.ro/search.php?cuv=merceologie).

[33] „La prima vedere, avuţia burgheză apare ca o uriaşă îngrămădire de mărfuri [...]” (Karl Marx, *Contribuţii la critica economiei politice*, în Marx-Engels, *Opere*, vol. 13, Bucureşti, Edit. Politică, 1962, p. 15).

[34] Carmen Păunescu, *Marfa şi globalizarea pieţei*, Edit. ASE, Bucureşti, 2004, p. 118.

[35] *Ibidem*.

bilaterale"[36], ba „un *ansamblu de atribute materiale şi imateriale, observabile, care pot să satisfacă dorinţele clienţilor efectivi şi potenţiali şi care este primită în schimbul banilor sau al altui echivalent bănesc*"[37], ba „un *fenomen cu care se confruntă piaţa actuală*, respectiv [...] un *proces, o transformare, o evoluţie, o cauză sau un efect produs asupra naturii şi asupra societăţii* în ansamblu, cu toate manifestările sale în timp şi spaţiu"[38].

Marfa ca *fenomen* (în interpretarea obiectivă a acestuia) este forma în care ea apare ca obiect util „cu care se confruntă piaţa" şi *marfa* ca *proces* se consideră a fi „o transformare, o evoluţie, o cauză sau un efect produs asupra naturii şi asupra societăţii în ansamblu, cu toate manifestările sale în timp şi spaţiu" (în interpretarea subiectivă), două determinaţii care nu se confundă, dar nici nu se exclud, ci se completează întru o posibilă nouă interpretare a noţiunii de *marfă* din perspectiva îmbogăţirii cunoaşterii realităţii.

În literatura de specialitate şi în vorbirea curentă, pe lângă faptul că „termenilor de bun, produs şi marfă li se atribuie semnificaţii şi accepţiuni mai mult sau mai puţin diferite"[39], discutabilă ni se pare şi expresia *mărfuri şi servicii*[40], căci aceasta conţine un raport de interferenţă a lucrurilor şi nu de alăturare a lor[41], motiv pentru care ea lipseşte reprezentarea despre realitatea numită *piaţă* de avantajele unei terminologii unitare în privinţa *obiectului* ei generic.

Desigur, una este piaţa ca *realitate* şi altă chestiune este piaţa ca *noţiune*. În acest din urmă caz, ca noţiune, piaţa nu este o realitate, ci o existenţă mintală, o transfigurare a unei realităţi în interiorul nostru. Cum din realitatea pe care *piaţa* este chemată să o exprime fac parte numeroase obiecte ale relaţiilor de schimb prin comensurare, rezultă că fără aceste obiecte *ea* este investită, contrar aşteptărilor, doar cu un conţinut mai redus sau mai sărac.

Pentru a include într-o definiţie a pieţei toate obiectele schimbului prin comensurare, avem nevoie de o denumire specifică a lui/lor. Din păcate însă, nu există încă o unanimitate de păreri în privinţa unei astfel de denumiri, din moment ce întâlnim frecvent alăturări de genul celor amintite mai sus, ceea ce constituie, ca

[36] Dumitru Ciucur, Ilie Gavrilă şi Constantin Popescu, *Economie*, Bucureşti, Edit. Economică, 1999, p. 99 (apud Carmen Păunescu, *op. cit*., p. 117–118).

[37] *** *Dicţionar de merceologie*, Edit. ASE, Bucureşti, 1996 (apud Carmen Păunescu, *op. cit*., p. 118).

[38] „Cercetarea arealului noţional şi semantic al categoriei marfă evidenţiază un statut special al termenului şi caracterul supra-solicitant al utilizării acestuia de-a lungul timpului, situaţie care a determinat o fenomenologie care impune o cercetare amănunţită" (Carmen Păunescu, *op. cit*., p. 114).

[39] *Ibidem*, p. 115.

[40] Pentru câteva exemple privind folosirea acestei sintagme, a se vedea, de pildă Thomas Mayer, James D. Dueseberry, Robert Z. Aliber, *Banii, activitatea bancară şi economia*, Bucureşti, Edit. Didactică şi Pedagogică, 1993, p. 25 ş.a.

[41] „A introduce distincţii clare, ce nu există în lumea reală", nu înseamnă a face subiectul susceptibil tratării „mai ştiinţific, ci mai puţin ştiinţific" (Friedrich August Hayek, *op. cit*., p. 132).

şi în alte domenii ale cunoaşterii[42], un obstacol în calea înaintării noastre în ştiinţa ce o slujim. Pentru a depăşi acest obstacol, admit că ceea ce oamenii schimbă între ei sunt *bunuri*, iar în măsura în care schimbul se face prin *comensurare* bunurile respective devin *marfă* sau *mărfuri*. Deci, obiectul pieţii îl constituie *marfa* sau *mărfurile*[43], care la unii economişti apar sub sau şi sub un alt nume, precum cele de *bunuri comerciale* (prin opoziţie faţă de *bunurile libere*)[44], de *bunuri economice*[45] (în care unii autori includ „bunurile materiale, imateriale, informaţiile, ideile, inovaţiile şi invenţiile etc., care reprezintă rezultate ale activităţii umane şi au utilitate sub aspect social”[46], iar alţi autori includ doar bunuri aflate în opoziţie faţă de *bunurile neeconomice*[47], pentru care oamenii nu trebuie să manifeste un comportament de aşa-zisă *maximizare* a utilităţii lor *sub constrângere* de cost(uri)) sau de *obiecte economice*[48], în vreme ce la alţi economişti *mărfurile* sunt doar o *submulţime a bunurilor* (obiectelor) *economice*[49].

O cercetare sumară a discuţiilor purtate în legătură cu marfa/mărfurile şi problematica ei/lor ne permite să relevăm 3 (trei) etape de evoluţie şi tot atâtea modalităţi de abordare.

[42] „Principalul obstacol în calea înaintării noastre în ştiinţele morale sau metafizice (the moral or metaphysical sciences) este [...] obscuritatea ideilor şi ambiguitatea termenilor”, iar în matematici „Cea mai de seamă greutate [...] este lungimea raţionamentelor şi întinderea gândului cerut pentru formularea unei concluzii” (David Hume, *op. cit*., p. 136).

[43] „[...] cererea îşi are în fiecare caz concret **obiectul** ei în calitate de purtător al relaţiei. Acest obiect este numit **marfă** indiferent de forma sa concretă – bun de producţie sau bun de consum; mărfuri obiectual-materiale, servicii sau informaţii; monedă, titluri de valoare etc.” (Aurel Negucioiu, *Piaţa*, ..., p. 290).

[44] „Economiştii au obiceiul de a stabili o distincţie între *bunurile libere*, produse în supraabundenţă în raport cu nevoile, şi *bunurile comerciale*. Dintre bunurile libere pot fi citate aerul, deşeurile nerecuperate şi, în anumite tipuri de societăţi, apa, produsele vegetale comestibile, anumite categorii de pământuri. Valoarea comercială a acestor bunuri este nulă” (Gilbert Abraham-Frois, *Economia politică*, ediţia a 3-a, Bucureşti, Edit. Humanitas, 1994, p. 12).

[45] „În cadrul procesului de producţie are [...] loc o *unire* şi *combinare* a factorilor naturali şi acumulaţi – resursele naturale, materiile prime, utilajul tehnologic – cu munca, iar rezultatul acestui proces îl constituie *bunurile economice*” (Aurel Negucioiu, *Activitatea economică. Munca şi producţia – mobiluri şi rezultate*, în Aurel Negucioiu (coord.), Gh. Dţu, Anton Drăgoescu şi Sabin Pop, *Economie politică*, Cluj-Napoca, Edit. George Barţiu, vol. I, 1998, p. 37).

[46] „Noţiunea de marfă se referă [...] *la toate bunurile economice capabile să satisfacă o necesitate, o aşteptare sau un interes al pieţei (al societăţii în ansamblu), care, în urma actului de vânzare-cumpărare, trec de la producător la consumator*” (Carmen Păunescu, *op. cit*., p. 119–120).

[47] „Aerul, lumina naturală, căldura solară, în anumite condiţii şi apa, reprezintă fără îndoială, valori de întrebuinţare, elemente utile deoarece satisfac trebuinţe şi nu orice trebuinţe, ci trebuinţe vitale, fundamentale ale omului, sunt deci bunuri, dar nu sunt bunuri economice” (*Ibidem*).

[48] „Doar bunurile (şi serviciile) comerciale pot fi considerate obiecte economice” (Gilbert Abraham-Frois, *op. cit*., p. 12).

[49] „Bunurile economice constau din acele elemente rare din natură sau create de om – identificabile şi măsurabile –, bunuri care intră într-o relaţie determinată cu nevoile umane [...] bunurile economice se împart în nonmarfare şi marfare” (Niţă Dobrotă, *Economie politică*, Bucureşti, Edit. Economică, 1997, p. 78–79).

1. *Prima etapă* sau *modalitate* de abordare a mărfii o consider a fi fost aceea în care *mai întâi* s-a spus că *marfa* este un *lucru*[50]*/ obiect exterior util*[51] *omului*[52] care are încorporată în el muncă (este un produs al muncii)[53] şi cu care cumpărătorul lui poate face, ca şi vânzătorul, ce vrea, iar asta se întâmpla într-o vreme când avuţia societăţii apărea, înainte de toate, „ca o uriaşă îngrămădire" de astfel de lucruri sau de obiecte[54]; *apoi*, a fost admisă ideea de marfă şi a omului care se vinde pentru întrebuinţarea lui ca forţă de muncă de către cumpărător, aidoma întrebuinţării de către acesta din urmă a unei case pe care o închiriază pentru o durată oarecare de timp (o lună, trei luni, un an etc.), respectiv ideea de marfă a omului-forţă de muncă[55], context în care uneori se subliniază atât de apăsat faptul că forţa de muncă constă, *lato sensu*, în „ansamblul aptitudinilor fizice şi intelectuale pe care le posedă omul şi pe care acesta le pune în funcţiune ori de câte ori produce valori de întrebuinţare (utilităţi) pentru satisfacerea trebuinţelor umane"[56] şi ca marfă am avea această capacitate sau utilitate a omului, încât textul consacrat în acest scop îţi dă impresia, dacă îl judeci în sine, că poţi vinde galbenul unei flori (ca proprietate naturală a acestui obiect) fără să vinzi floarea respectivă, cu sau fără anumite restricţii de folosire a ei în timp.

Din această perioadă avem, printre altele, o *definiţie scurtă a muncii* – „întrebuinţarea forţei de muncă" sau, în spiritul celor arătate puţin mai sus, că forţa de muncă este un ansamblu ori o „sumă" de aptitudini fizice şi intelectuale, de nişte caracteristici sau proprietăţi *in potenţia* [potenţial(e)], munca ar fi asemenea caracteristici sau proprietăţi *in actu* (în acţiune); o *definiţie* (mai) *dezvoltată/lungă a muncii* – „proces între om şi natură, un proces în care omul mijloceşte, reglementează şi controlează prin propria sa activitate schimbul de substanţe dintre el şi natură"[57], definiţie care mai târziu i-a nemulţumit pe cei care făcând (şi) altceva decât hrană, îmbrăcăminte, locuinţe etc. au emis pretenţia, justificată până la un punct, că şi ei muncesc, ceea ce a condus la folosirea *muncii* de către unii autori ca termen sinonim cu „orice activitate care produce obiecte sau servicii care au valoare de întrebuinţare, sunt utile", dar şi cu totalitatea acţiunilor „pe care omul le exercită cu ajutorul creierului său, al mâinilor sale, al corpului său, cu ajutorul

[50] „Mărfurile sunt lucruri" (K. Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 99).

[51] „Marfa este [...] un obiect exterior, un lucru [...]" (*Ibidem*, p. 49).

[52] „În sine, lucrurile sunt exterioare omului şi prin urmare pot fi înstrăinate" (*Ibidem*, p. 102).

[53] „Valorile de întrebuinţare nu se pot întâlni în calitate de mărfuri dacă în ele nu sunt cuprinse munci utile, diferite din punct de vedere calitativ" (*Ibidem*, p. 57).

[54] „Mult timp, filosofii sau economiştii înşişi nu au realizat mai mult decât omul de pe stradă", iar „până la începutul secolului al XX-lea" ei au definit „economia ca o ştiinţă a acumulării bogăţiilor sau a bunurilor" [Jacques Généreux, *Economie politică*, vol. 1 (*Microeconomie*), Bucureşti, Edit. All Beck, 2000, p. 16].

[55] „În condiţiile economiei predominante de mărfuri pe lângă majoritatea bunurilor — obiectuale şi nonobiectuale — lumea mărfurilor se întregeşte **cu o marfă nouă —** capacitatea de muncă, forţa de muncă a oamenilor" (Aurel Negucioiu, *Marfa. Utilitatea şi valoarea ei*, ..., p.37).

[56] Aurel Negucioiu, *Piaţa muncii sau piaţa forţei de muncă?*, ..., p. 8.

[57] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 190.

uneltelor şi al maşinilor asupra materiei, asupra substanţei şi forţelor naturii”[58], în vreme ce alţi autori consideră că „acţiunea trebuie clar distinsă de exercitarea muncii”[59].

Într-adevăr, acceptând că-i muncă de pildă şi îngrijirea copilului în creşă de către educatoare (ori de către altcineva de acolo) sau şi îngrijirea bolnavului în spital de către personalul medical, se naşte întrebarea: dar cel care îşi poartă de grijă, într-o măsură mai mică sau mai mare, singur? Munceşte şi el sau numai când face aşa ceva pentru altcineva? Putem condiţiona acţiunea umană ca fiind muncă în funcţie de cine şi cum anume se acţionează ori se beneficiază de respectiva acţiune umană?

Potrivit unui bine cunoscut cercetător în ale *praxeologiei*, „cel ce dă ordine sau emite interdicţii poate să acţioneze fără a cheltui muncă. A vorbi sau a nu vorbi, a zâmbi sau a rămâne serios, pot constitui acţiuni. A consuma şi a savura nu sunt mai puţin acţiuni decât a te abţine de la consumul şi savurarea posibile”; însă, muncă ar fi doar „întrebuinţarea ca mijloc a funcţiilor şi manifestărilor fiziologice ale vieţii umane. Exercitarea potenţialităţilor energiei umane şi a proceselor vitale pe care omul a cărui viaţă se manifestă prin ele nu le întrebuinţează pentru atingerea unor scopuri externe, diferite de simpla desfăşurare a acestor procese şi de rolul fiziologic pe care îl joacă ele în evoluţia biologică a propriei sale economii vitale, nu este muncă; este doar viaţă. Omul munceşte utilizându-şi forţa şi priceperea ca mijloace pentru îndepărtarea neplăcerilor şi substituind exploatarea deliberată a energiei sale vitale simplei curgeri spontane şi lipsite de griji a facultăţilor şi tensiunilor sale nervoase. Munca este un mijloc, nu un scop în sine”. Ca *mijloc*, munca, se mai spune, îl gratifică pe om, de regulă numai indirect, „anume prin îndepărtarea neplăcerii pe care o produce atingerea scopului”. În acest caz, „Lucrătorul renunţă la agrement şi suportă dezutilitatea muncii pentru a se bucura fie de produs, fie de ceea ce sunt ceilalţi oameni dispuşi să ofere în schimbul produsului. Pentru el, cheltuirea de muncă este un mijloc pentru atingerea anumitor scopuri, un preţ plătit şi un cost suportat.” În caz contrar, „vâslaşul de duminică”, lipsit de griji, şi „hoinarul cântăreţ obţin gratificări directe din activităţile lor, dar nu şi indirecte”, astfel că ceea „ce fac ei nu este muncă, nu este utilizarea funcţiilor lor fiziologice pentru atingerea unor scopuri diferite de simpla exersare a acestor funcţii”[60].

Desigur, se poate spune că orice acţiune umană şi, implicit, orice activitate umană este, într-un fel, fie *muncă*, fie *plăcere* (sau satisfacţie?), însă rămâne de văzut dacă o asemenea opinie *performează* sau nu limbajul cu care deja operăm,

[58] Aurel Negucioiu, *Piaţa muncii sau piaţa forţei de muncă?*, ..., p. 4.

[59] Ludwig von Mises, *Acţiunea umană. Un tratat de teorie economică*, traducere (de Dan Cristian Comănescu) a celei de-a 4-a ediţii a lucrării *Human Action* (Chicago, Henry Regnery, 1966), p. 14 (http://www.misesromania.org/carti/au/au00.htm).

[60] *Ibidem*, p. 14, 132 şi 137.

printre altele, dacă ea justifică sau nu reducerea întregii vieţi umane la *economie* (în virtutea faptului că munca este un mijloc rar de producţie[61]) şi *plăcere de a trăi*.

2. *A doua etapă* sau *modalitate* de abordare a mărfii o consider a fi fost aceea în care a început să ia amploare schimbul prin comensurare a ceea ce numim în mod curent *servicii*, care au condus la anumite distincţii, precum aceea „între producţia de bunuri tangibile şi prestarea de servicii personale", în virtutea căreia „Tâmplarul care făcea mese şi scaune era considerat productiv", iar doctorul, „ale cărui sfaturi îl ajutau pe tâmplarul aflat în suferinţă, să-şi recapete capacitatea de a face mese şi scaune", nu purta un asemenea epitet. „Se făcea o diferenţiere între raportul doctor-tâmplar şi raportul tâmplar-croitor. Despre doctor se afirma că nu produce nimic el însuşi", că „el îşi câştigă traiul din ce produc alţii", că „el este întreţinut de tâmplari şi croitori."[62]

Se apreciază că „Economiştii contemporani îşi ridiculizează predecesorii pentru că au susţinut asemenea distincţii inacceptabile. Dar ei ar face mai bine să vadă bârna din ochii lor. Felul în care analizează numeroşi scriitori contemporani diverse probleme, cum ar fi advertisingul şi marketingul, este, desigur, o recădere în lumea erorilor grosolane care ar fi trebuit să dispară de mult"[63].

Dacă aruncăm peste bord toate distincţiile amintite aici, atunci ne facem un mare deserviciu, ne lipsim de un mare câştig în cunoaşterea de până acum a vieţii umane, acela că se poate accepta şi trebuie acceptată o distincţie între *bunuri corporale, obiectuale, „palpabile"* sau *„tangibile"*, care sunt exterioare omului, şi *servicii* (precum injectarea unui medicament în corpul uman sau cântatul într-o sală de spectacol) care nu au întotdeauna asemenea rezultate sau efecte, distincte de om. Dacă în cazul cântăreţului putem sesiza şi vorbi despre un zgomot sau o mişcare a aerului (care-i exterior nouă) numită melodie, în cazul injecţiei făcute e pacientul înţepat, iar în cazul actorului de pantomimă avem spectatorii care-l percep pe actorul respectiv în diferite stări, numite imagini.

În privinţa serviciilor, ne confruntăm cu o mare problemă, cu faptul că prin ele foarte multă lume înţelege lucruri extrem de diferite, începând de la *serviciul religios* şi până la un *faimos SPP*[64], dacă se poate spune aşa, *via* tăiat lemne sau frunze la raţe, cărat saci, plimbat căţelul ... „vecinei", spălatul hainelor, pieptănatul părului ş.a.m.d., adică: **a**) când *efecte utile* ale unor bunuri, deci şi ale mărfurilor, ca valori de întrebuinţare[65]; **b**) când un rezultat al activităţii care uneori se prezintă

[61] „Fiecare individ dispune numai de o cantitate limitată de energie pe care o poate cheltui, iar fiecare unitate de muncă nu poate produce decât un efect limitat. Altminteri munca umană ar fi disponibilă din abundenţă; ea n-ar fi limitată şi nu ar fi considerată un mijloc pentru îndepărtarea neplăcerilor, care să fie economisit ca atare." (*Ibidem*, p. 131).

[62] *Ibidem*, p. 140–141.

[63] *Ibidem*, p. 141.

[64] Serviciul de Pază şi Protecţie.

[65] „Ca valoare de întrebuinţare, marfa acţionează ca o cauză (ursachlich). Grâul, de pildă, acţionează ca aliment. O maşină înlocuieşte munca în anumite proporţii. Această acţiune a mărfii, datorită căreia respectiva marfă este numai valoare de întrebuinţare, obiect de consum, poate fi numită

ca „*produs material* determinabil şi determinat cantitativ şi calitativ"; **c**) când un „produs al activităţii omului destinat să satisfacă o nevoie umană, dar care nu se prezintă sub forma unui bun material (transport, lecţie, cercetare ştiinţifică, activitate casnică, consultaţie medicală sau juridică)"[66]; **d**) când „rezultatul activităţii sociale utile care satisface anumite nevoi personale şi sociale fără a se concretiza într-un produs material nou"[67]; **e**) când „utilităţi nepalpabile care, fie satisfac direct nevoile personale ale oamenilor – *servicii personale de consum* –, fie fac parte din organizarea şi desfăşurarea producţiei – *servicii de producţie*, în calitate de servicii comerciale: transportul, comerţul, băncile, comunicaţiile, asigurările etc."[68]; **f**) când activităţi din sfera producţiei materiale sau nemateriale a căror desfăşurare sau prestare coincide „cu întrebuinţarea, consumarea lor, în timp şi spaţiu"[69]; **g**) când un produs sau rezultat care „nu poate exista separat de execuţie şi executant", din care cauză, „în majoritatea cazurilor, producerea şi consumul lui coincid"[70]; **h**) când „prestaţii de muncă omenească în acele domenii în care nu se produc bunuri materiale"[71], respectiv acele domenii în care nu se produc „produse cu o existenţă obiectuală, separată de producător şi consumator"[72]; **i**) când ceea ce înţelege fiecare atunci când spune sau i se spune: „merg la serviciu", „serviciul meu este ..."; **j**) când orice oferi cuiva ceea ce acesta îşi doreşte[73], **k**) când altceva[74], ce eventual n-am reuşit să cuprind în această enumerare.

serviciul adus de marfă, serviciul pe care îl aduce marfa ca valoare de întrebuinţare" (Karl Marx, *Contribuţii la critica economiei politice*, ..., p. 25). „Fireşte, un ciocan de fier se deosebeşte de unul de lemn [...] Însă amândouă sunt folosite, fiindcă aduc acelaşi serviciu, datorită formei lor identice" (Mircea Florian, *op. cit*., p. 161).

[66] *** *Petit Larousse ilustré*, Paris, 1975, p. 943.

[67] M. E. Hlevca, M. Stănculescu, M. Trandafir şi G. Nistorescu, *Sistemul de indicatori care caracterizează serviciile nemateriale şi metodologia lor de calcul*, „Revista de Statistică", nr. 3, 1981, p. 1.

[68] Constantin Popescu, *Creşterea care sărăceşte*, Bucureşti, Edit. Tribuna Economică, 2003, p. 163.

[69] „[...] trăsătura generală a majorităţii" serviciilor o constituie „faptul că prestarea lor coincide cu întrebuinţarea, consumarea lor, în timp şi spaţiu" (I. Mărculescu, N. Nichita, *Serviciile şi modernizarea economiei româneşti*, Bucureşti, Edit. Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1977, p. 45).

[70] „[...] serviciul nu poate exista separat de execuţie şi executant; în majoritatea cazurilor, producerea şi consumul lui coincid, serviciul neputând fi stocat în forma în care a fost produs" (Dumitru Ciucur şi Ilie Gavrilă, *Munca productivă şi muncitorul productiv colectiv*, Bucureşti, Edit. Politică, 1983, p. 72).

[71] „În economia politică, serviciile reprezintă prestaţii de muncă omenească în acele domenii în care nu se produc bunuri materiale" (Aurel Iancu, Gh. Mihoc şi Barbu Zaharescu, *Studiu introductiv*, la Nicholas Georgescu-Roegen, *Legea entropiei şi procesul economic*, Bucureşti, Edit. Politică, 1979, p. 35).

[72] Constantin Sârbu, *Natura economică a serviciilor*, „Viaţa Economică", nr. 4, 1973, p. 1.

[73] „Oricine oferă cuiva un târg, îşi propune să procedeze astfel: Dă-mi ceea ce doresc eu, şi vei căpăta ceea ce doreşti tu. Acesta este înţelesul oricărei asemenea oferte; şi în felul acesta, obţinem unul de la altul cea mai mare parte din serviciile de care avem nevoie" (Adam Smith, *Avuţia naţiunilor*, Bucureşti, Edit. Academiei R. P. Române, vol. I, 1962, p. 13).

[74] Serviciile „nu pot fi separate de furnizorii lor, indiferent dacă ei sunt oameni sau maşini. Dacă o persoană prestează serviciul, atunci aceasta este parte integrantă a serviciului. Un exemplu ar fi un concert de muzică rock. Grupul sau formaţia reprezintă serviciul" (Philip Kotler, John Saunders, Gary Armstrong, Veronica Wong, *Principiile marketingului*, Bucureşti, Edit. Teora, 1998, p. 700).

Această multitudine de păreri trădează două tendinţe principale de definire a unui serviciu sau a serviciilor: una ca efect(e) util(e) şi alta ca proces(e) de producere de efect(e) util(e), şi asta în cadrul unui *joc* terminologic cu noţiunile de bun(uri), produs(e) şi marfă sau mărfuri, joc ce scandalizează pe alocuri logica lucrurilor. De la bunuri şi servicii, produse şi servicii, mărfuri şi servicii, la bunuri intangibile (servicii), servicii produse, servicii-marfă, de toate poţi găsi în portofoliul nostru lingvistic, ca într-un bazar sau ... la piaţă, unde un *produs* (în loc de bun şi cu atât mai puţin în loc de marfă) a devenit „orice lucru oferit [...] în scopul captării interesului, al achiziţionării, utilizării sau consumului şi care poate satisface o nevoie sau o dorinţă", respectiv „obiecte fizice (tangibile), servicii, persoane, locuri, informaţii, organizaţii sau idei"[75], iar un *serviciu* a devenit orice „obţinem unul de la altul" prin schimb[76], adică şi bunuri obiectuale, nu numai „activităţi, avantaje sau satisfacţii"[77], fără ca lucrurile să se oprească aici, căci în limbaj uzual un *produs* a devenit chiar şi o alunecare de teren[78] şi un *serviciu* ar putea deveni, în virtutea unora dintre afirmaţiile întâlnite, chiar şi ceaiul pe care mi-l prepar singur sau revenirea cuiva, ca efect util, din oboseala acumulată după un somn bun. Cu toate acestea, nu puţini sunt aceia care cred că se înţeleg destul de bine între ei! Mai greu este pentru cei care vor să înlocuiască unele noţiuni intuitive cu noţiuni definite printr-o discuţie bine documentată şi pătrunzătoare în domeniu.

3. *A treia etapă* sau *modalitate* de abordare a mărfii o considerăm a fi aceea a unor cercetări mai recente, care susţin, bunăoară, că „bunurile marfare pot fi: *obiecte* având existenţă autonomă în raport cu producătorul şi cu consumatorul[79]; *servicii,* care se consumă concomitent cu producerea lor (aici se au în vedere şi informaţiile tranzitorii); *informaţii disponibile*, deţinute de specialişti în memoria lor sau depozitate pe diferiţi suporţi materiali"[80].

E vorba de etapa recunoaşterii de către unii specialişti a unei sfere mai largi a noţiunii de *marfă*, a cuprinderii în *lumea mărfurilor* şi a unor *informaţii*; în opinia citată, ca *servicii marfare* – în cazul aşa-ziselor *informaţii tranzitorii* – şi ca o *categorie distinctă de bunuri marfare* – în cazul aşa-ziselor *informaţii disponibile*, „deţinute de specialişti în memoria lor sau depozitate pe diferiţi suporţi materiali".

[75] *Ibidem*, p. 653.

[76] „Aşa după cum prin înţelegere, prin schimb şi prin cumpărare, obţinem unul de la altul cea mai mare parte din serviciile reciproce de care avem nevoie, tot astfel, din aceeaşi înclinare pentru troc, se naşte şi diviziunea muncii" (Adam Smith, *op. cit*., p. 14).

[77] „*Serviciile* sunt activităţi, avantaje sau satisfacţii oferite spre vânzare; de exemplu: o tunsoare sau reparaţii casnice. Serviciile sunt intangibile [...]" (Philip Kotler ş.a., *op. cit*., p. 654).

[78] „**PRODÚS,** *produse,* s.n. **1.** Bun material rezultat dintr-un proces de muncă [...]. **2.** Rezultat material al unui proces social sau natural, al unui proces fiziologic sau de creaţie; rezultat material al unui complex de fenomene sau de acţiuni [...]" (DEX '98 – http://dictionare.edu.ro/search.php?cuv=produs).

[79] Aici, în mod voit sau nu, este lăsat în afara sferei noţiunii de marfă omul care se vinde pentru forţa lui de muncă şi are şi el o existenţă autonomă.

[80] Niţă Dobrotă, *Economie politică*, ..., p. 79.

Etapele sau modalităţile a 2-a şi a 3-a de abordare a mărfii din punct de vedere noţional, includerea de servicii şi informaţii în categoria bunurilor marfare, alături de lucruri/ obiecte utile palpabile/ tangibile, „se află în concordanţă cu mutaţiile care s-au petrecut în viaţa economico-socială, în structura factorilor de satisfacţie şi de producţie”[81]. Din păcate însă această schimbare favorabilă de optică în cunoaşterea ştiinţifică nu este urmată îndeajuns de o schimbare de conţinut a conceptelor pe care ea le implică: *marfă*, *serviciu* şi *informaţie*, motiv care ne îndeamnă să ne înscriem într-o scurtă dezbatere în acest sens.

Oprindu-ne puţin asupra *informaţiei*, constatăm că pe aceasta (informaţia) tot mai multă lume o consideră a fi un bun aparte[82] şi o marfă atunci când se vinde. Însă, alăturarea ei la „*obiecte* având existenţă autonomă în raport cu producătorul şi consumatorul lor”, la om ca forţă de muncă şi la *servicii* denotă că se face o deosebire între *informaţie* şi hârtia cărţii pe care este scris un text, ecranul monitorului sau televizorului pe care ne apare o imagine, hard-ul, discheta ori CD-ul pe care este inscripţionat un program informatic ş.a.m.d., iar de la această deosebire şi până a crede că textul scris, imaginea de pe ecran, cunoştinţele stocate în capul cuiva etc. n-ar fi anumite structuri ale corpurilor pe care noi le considerăm informaţii nu-i decât un pas mic (pentru „orice” om mare!).

Dacă cercetăm un bun obiectual/ palpabil/ tangibil sau o valoare de întrebuinţare de acest fel (obiectuală/...) constatăm că el/ea poate fi folosit(ă) în diferite feluri. Grâul, de pildă, poate fi folosit pentru a obţine făină şi din făină a obţine pâine; ca furaj pentru păsări; ca materie primă pentru obţinerea de alcool; ca sămânţă pentru o nouă recoltă. Dar totalitatea întrebuinţărilor lui posibile, inclusiv informaţională, poate fi cuprinsă în existenţa sa „ca obiect cu proprietăţi determinate”[83], unele intrinseci, naturale (culoare, stare de agregare, densitate, greutate etc.) şi altele extrinseci (de schimb, de semnalizare rutieră, de meditaţie artistică sau religioasă etc.).

Prin analogie cu omul flămând, care reduce totul în faţa ochilor săi la o bucată de pâine, bunăoară, o colectivitate umană reduce adeseori, sub presiunea ansamblului nevoilor fizice sau fiziologice (ca nevoi primare-fundamentale),

[81] „De aceea, considerăm mai corect ca bunurile economice să includă în componenţa lor atât bunurile obiectuale, cât şi pe cele neobiectuale concretizate în servicii utile care satisfac diferite trebuinţe umane, precum şi în informaţii disponibile indiferent dacă acestea sunt integrate, personificate în fiinţa umană (pregătire, experienţă etc.) sau sunt depozitate pe suporţi materiali (hârtie, filme, benzi şi discuri magnetice, circuite electronice şi altele)” (Aurel Negucioiu, *Activitatea economică. Munca şi producţia – mobiluri şi rezultate*, ..., p. 39–40).

[82] „Dacă avem în vedere funcţiile principale pe care trebuie să le îndeplinească rezultatele activităţii umane, atunci acestea ar putea fi împărţite în *activităţi producătoare de bunuri materiale, de servicii, de bunuri informaţionale, culturale, educaţionale, sociale, spirituale, ecologice, cosmice etc.*” (Constantin Popescu, *op. cit*., p. 161).

[83] „Aceeaşi valoare de întrebuinţare poate fi folosită în diferite feluri. Dar totalitatea întrebuinţărilor ei posibile este cuprinsă în existenţa ei ca obiect cu proprietăţi determinate” (Karl Marx, *Contribuţii la critica economiei politice*, ed. cit., p. 15).

întrebuinţarea unui bun la unul sau mai multe feluri de *folosire senzorială* a acestuia. Doar puţini oameni şi rareori se află în dezbinare cu acest *simţ comun*. Însă dintotdeauna oamenii au folosit ori s-au folosit de bunuri şi *mintal*, *informaţional* sau *spiritual*[84]. Ca atare, în multitudinea de feluri în care pot fi folosite bunurile putem distinge o *folosire senzorială* şi o *folosire mintală* sau *informaţională*.

În folosirea/ întrebuinţarea/ utilizarea mintală a unui corp sau obiect noi vedem *semnificaţia* pe care i-o dăm *norului* (că va ploua), *mimicii şefului* (că-i furios pe subalternul lui şi-i poate confisca o parte din libertatea ce o mai are sub autoritatea lui), *textului* realizat cu cerneală pe hârtia din carte, *punctelor şi liniilor* iluminate în diferite culori pe ecran sau *compoziţiei de vopsele* de pe un carton sau pânză numit(ă) tablou de artă, iar lucrurile nu se opresc aici. Dar, prin volum, culoare, densitate, stare de agregare, mişcare, temperatură etc. orice corp sau obiect poate avea o *semnificaţie* pentru om, animale şi plante, chiar putând spune că respectivul corp sau obiect este bun, are valoare de întrebuinţare, prin diferite laturi ale lui, inclusiv cea informaţională. Ca apariţie sau fenomen extern minţii umane, despre care unii autori spun că „nu ştim ce este”[85], un obiect informaţional este, la fel ca o pâine sau un costum de haine, doar o combinare adecvată de elemente date[86], combinare înfăptuită de natură (bunăoară, în cazul unui nor ce apare ameninţător deasupra capetelor noastre) sau/şi de om (de pildă, în cazul preparării unei gustări deosebit de hrănitoare, dar şi de îmbietoare, prin aspect şi aromă, chiar şi pentru individul uman de curând „mâncat”).

În virtutea modului mintal în care folosim sau ne folosim de un corp spunem că acel obiect este un *bun informaţional*, expresie analoagă expresiei de *bun alimentar*, să zicem. Într-un caz, expresia ne spune că un obiect este folosit ca informaţie, iar în celălalt caz că un alt bun sau acelaşi bun este folosit ca aliment. De aceea, eu cred că problema *bunurilor informaţionale-marfă* sau *-mărfuri* poate fi subsumată noţiunii de bun, deocamdată obiectual/ palpabil/ tangibil (inclusiv omul ca forţă de muncă)-marfă, în sfera căreia putem să facem fel şi fel de clasificări, rămânând în discuţie doar *problema serviciilor-marfă*, problemă în jurul

[84] „«[...] cea mai mare parte (a lucrurilor) au valoare pentru că satisfac trebuinţele spiritului»” [Nicholas Barbon, *A Discourse on Coining the New Money Lighter* (apud Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 49)].

[85] „Bineînţeles, noi nu ştim ce *este* mintea, exact aşa cum nu ştim nici ce *sunt* mişcarea, viaţa sau electricitatea. Mintea este pur şi simplu cuvântul care desemnează factorul necunoscut ce le-a permis oamenilor să realizeze tot ce au realizat vreodată: teoriile şi versurile, catedralele şi simfoniile, maşinile şi avioanele.” (Ludwig von Mises, *Acţiunea umană* ..., p. 143).

[86] „Producţia nu este un act de creaţie; ea nu creează ceva ce nu exista înainte. Este o transformare a unor elemente date, prin rearanjare şi combinare. Producătorul nu este un creator. Omul nu este creator decât în sfera gândirii şi în domeniul imaginaţiei. În lumea fenomenelor externe el nu este decât un agent generator de transformări. Tot ce poate face el este să combine mijloacele disponibile, astfel încât, conform legilor naturii, rezultatul urmărit să apară în mod necesar” (*Ibidem*, p. 141).

căreia destui „îndrăgostiţi" de ea se învârt precum se învârt curtezanii în jurul unei ... anumite Mării[87].

În privinţa conceptului de servicii, am arătat că există numeroase formulări de conţinut şi sferă. Potrivit uneia dintre aceste formulări, avându-l ca autor pe Adam Smith, în sfera serviciilor ar intra tot ceea ce „obţinem unul de la altul" prin schimb în virtutea *diviziunii (sociale) a muncii*, adică şi o prăjitură, un ceas sau un vagon de lemne, bunăoară.

Azi, un asemenea punct de vedere vine în contradicţie cu opinia larg răspândită, constituită deja într-un redutabil *simţ comun*, că ceea ce dobândim ca suc, ţigări, gumă de mestecat şi alte asemenea bunuri obiectuale exterioare omului nu sunt servicii, ci produse. În acelaşi context, după foarte multă lume, pâinea, hainele, pantofii, şuruburile, pixurile şi atâtea alte lucruri de acest fel pe care le procurăm de la prăvălie sau din altă parte sunt *bunuri* sau *mărfuri*, ceea ce induce o sinonimie între produs, bun şi marfă, dar şi o negare a calităţii de *produs* sau de *bun* a unui serviciu în general, de *marfă* a serviciului care face obiect al unei relaţii de schimb (prin comensurare) în special. În schimb, după alţi autori, cărora mă raliez şi eu, *serviciile* sunt bunuri (de vreme ce şi virtutea[88] sau un drept de creanţă[89] se consideră a fi un bun), dar *o categorie aparte de bunuri*, iar *serviciile* care se vând şi cumpără sunt *o* astfel de *categorie*, aparte, *de mărfuri*.

Potrivit unui alt punct de vedere, un serviciu este o folosire/ întrebuinţare/ utilizare a unuia sau a mai multor bunuri obiectuale/ palpabile/ tangibile de către cineva în beneficiul altcuiva, de unde şi expresia *fă-mi un serviciu*, precum *tunde-mă* sau *du-mă până undeva*, dar şi că „furnizorii" de servicii, indiferent dacă aceştia „sunt oameni sau maşini" sunt parte integrantă a serviciilor şi totodată produse[90].

Procesul de folosire/ întrebuinţare/ utilizare a unor bunuri obiectuale/ palpabile/ tangibile de către cineva în beneficiul sau favoarea altcuiva are ca efect sau rezultat, după caz, podoaba capilară a unei femei ... „aranjată", autoturismul reparat de mecanicul din colţul străzii, pasagerul ajuns acasă cu taxiul[91], bolnavul vindecat de medic, studentul instruit de corpul didactic al facultăţii, spectatorul

[87] „Transpunerea formei de pe planul ei original, corporal sau spaţial, pe planul străin ei al conştiinţei nu este sprijinită de o legitimaţie convingătoare, ci este şi rămâne o transpunere figurată, metaforică, inconştientă însă de caracterul ei" (Mircea Florian, *op. cit*., p. 163).

[88] Gânditorul care a reuşit să-l trezească pe marele filosof Immanuel Kant din „somnul dogmatic" cu care acesta din urmă era îmbrobodit în privinţa unor concepte, până la întâlnirea cu *opera* lui, spunea că „virtutea, între toate lucrurile", era, pe vremea sa (1711–1776), „socotită drept bunul cel mai de preţ" (David Hume, *op. cit*., p. 89).

[89] A se vedea, de pildă, Curtea Constituţională a României, *Decizia* (nr. 70 din 27 februarie 2001) *referitoare la excepţia de neconstituţionalitate a dispoziţiilor art. 19 alin. 3 teza finală din Legea nr. 85/1992 privind vânzările de locuinţe şi spaţii cu altă destinaţie construite din fondurile statului şi din fondurile unităţilor economice sau bugetare de stat, republicată*, „M.Of. al României", Partea I, nr. 236 din 10 mai 2001.

[90] A se vedea, de pildă Philip Kotler ş.a., *op. cit*., p. 653 şi 700.

[91] „Rezultatul, indiferent dacă se transportă oameni sau mărfuri, este o deplasare a acestora în spaţiu, de pildă firele se află acum în India şi nu în Anglia, unde au fost produse" [Karl Marx, *Capitalul*, vol. II (*Procesul de circulaţie a capitalului*), în Marx-Engels, *Opere*, vol. 24, Bucureşti, Edit. Politică, 1967, p. 61].

satisfăcut sau nemulţumit de muzica ascultată, costumul de gală făcut de croitor din stofa clientului, camera zugrăvită de vecin ş.a.m.d. Asemenea efecte sau rezultate sunt uşor de perceput şi de teoretizat, motiv pentru care unii gânditori le numesc pe acestea servicii[92], în vreme ce alţi oameni, ajutaţi de alţi specialişti, numesc servicii procesele de obţinere a unor astfel de efecte, ceea ce impietează buna înţelegere atât a noţiunii de bun şi de produs, cât şi a serviciilor ca mărfuri şi a mărfii ca şi concept de bază al pieţei – formă a unui anumit tip de societate, cea de cooperare prin schimb.

Cu *servicii* într-un sens (ca efecte, utile, cum se spune, de regulă), cu *servicii* în alt sens (ca activităţi sau procese ba de muncă, ba de producţie), cert este că am ajuns să avem o *piaţă a serviciilor* în continuă expansiune, motiv pentru care multă lume lasă să se înţeleagă că şi serviciile care se schimbă prin comensurare ar fi mărfuri, iar uneori unii spun răspicat acest lucru, dar fără a demonstra în care din aceste două sensuri sunt serviciile mărfuri, în cel de efect(e) [util(e)] pentru cumpărător(i) sau în cel de proces(e) înfăptuit(e) de vânzător(i)?

Lipsa unei demonstraţii pertinente în acest sens poate fi pusă pe seama a numeroase nepotriviri între sensurile atribuite serviciilor şi a interpretărilor diferite care continuă să circule în privinţa conceptului de *mărfă*: **a**) când „un obiect exterior, un lucru care prin proprietăţile sale satisface anumite trebuinţe" pentru alţii – la care el ajunge „prin intermediul schimbului"[93]; b) când „produs al muncii omeneşti care satisface o necesitate socială şi este destinat schimbului prin intermediul vânzării-cumpărării"[94]; **c**) când un bun obiectual sau neobiectual şi capacitatea/forţa de muncă a omului care se schimbă prin intermediul vânzării-cumpărării; **d**) când (şi) altceva.

Într-adevăr, câtă vreme rămânem la asemenea interpretări ale mărfii, putem constata că pe piaţa serviciilor nu se vinde şi nici nu se cumpără ca efecte vreun cap tuns, un bolnav însănătoşit, un costum făcut din stofa clientului sau un alt asemenea efect ori rezultat, iar simpla afirmare că şi serviciile care se tranzacţionează sunt mărfuri nu înseamnă o redefinire a conceptului de *marfă*, ci doar o acceptare a aşa ceva.

Marfa este un bun despre care *se susţine* că se află de partea vânzătorului[95], iar asta chiar „înainte de a fi vândută şi cumpărată"[96], lucru evident doar în anumite

[92] „Un serviciu nu este decât efectul util al unei valori de întrebuinţare, fie a mărfii, fie a muncii" (Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 205). „Serviciile reprezintă efecte ale muncii vii şi materializate destinate satisfacerii diferitelor nevoi ale societăţii în ansamblu, ale producţiei materiale sau ale indivizilor". Ca „rezultate ale muncii omeneşti", ele satisfac, ca şi bunurile obţinute în producţia materială, „anumite nevoi de ordin productiv, social sau personal, ambele fiind valori de întrebuinţare" (Coralia Angelescu, Dorin Jula şi Iuliana Cetină, *Dezvoltarea serviciilor pentru populaţie şi timpul liber*, Bucureşti, Edit. Politică, 1989, p. 14 şi 18).

[93] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 49 şi 55.

[94] *** *Dicţionar de economie politică*, ..., p. 445.

[95] „Marfa se află întotdeauna de partea vânzătorului, iar banii de partea cumpărătorului, ca mijloc de cumpărare" (Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 129).

[96] Aurel Negucioiu, *Piaţa muncii sau piaţa forţei de muncă?*, ..., p. 11.

cazuri, a unor bunuri obiectuale (precum haina, grâul şi chiar individul care se tranzacţionează ca forţă de muncă), bunuri care sunt efecte utile pentru cei care le produc şi vor avea, dacă vor avea, efect(e) util(e), după cumpărarea lor, în mâinile cumpărătorilor, unde ele vor înceta de a mai fi mărfuri, dacă nu vor fi (re)introduse în procesul social (de schimb) din care au venit. Concomitent, despre muncă se susţine că „nu are [...] înainte *de* şi nici *în* momentul tranzacţionării, în momentul în care se desfăşoară actul de vânzare şi cumpărare [...] o existenţă de sine stătătoare şi independentă ca *obiect al proprietăţii* furnizorului (vânzătorului)”[97].

Ideea de *marfă* a unui bun care există „înainte de a fi vândut şi cumpărat” este o imagine parţială a realităţii pe care ne-o reprezentăm ca *piaţă*, o imagine care persistă din vremea când avuţia unei societăţi apărea ca o „uriaşă îngrămădire de mărfuri” şi fiecare marfă ca „un lucru exterior”, ce „nu poate merge singur la piaţă”, dar poate fi luat de om şi dus acolo, la nevoie cu forţa[98]. În prezent, ca şi mai demult, se tranzacţionează cantităţi însemnate din diverse bunuri obiectuale viitoare (cereale şi fructe care se vor face, păduri care vor creşte, miei, viţei şi alte animale care se vor naşte etc.), care-s mărfuri la fel ca hainele sau alimentele aflate în prăvălii.

Cât priveşte *munca* (vie), aceasta nu există înainte de tranzacţionare decât ca obiect de înţelegere orală sau/şi scrisă, de obiect al unui contract juridic între părţi, iar în acest context se vorbeşte despre servicii ca de bunuri neobiectuale[99] sau de „utilităţi nepalpabile”[100], dar şi de servicii-marfă, care, neexistând înainte de a fi vândute şi cumpărate[101], nu se încadrează în aserţiunea că marfa „trebuie să existe înainte” de a fi tranzacţionată.

Inexistenţa *faptică* a serviciilor-marfă *înainte* de vânzarea şi cumpărarea lor ne îndeamnă să căutăm serviciile-marfă în alt moment şi loc de existenţă a lor, pornind de la unele exemple concrete şi nu de la afirmaţii vagi care ulterior îţi permit să înţelegi şi altceva decât s-a vrut a spune în/prin ele, amăgindu-te eventual cu expresia că „excepţia confirmă regula”, de parcă o afirmaţie cu caracter de generalitate ar necesita nişte excepţii pentru a fi dovedită.

Dacă ne gândim de pildă la persoana care îţi face o injecţie după care te faci bine în vreme de 2 (două) sau mai multe zile, săptămâni etc., atunci seviciul medical, în optica acelora care acceptă că un serviciu este un efect util a ceva, nu-i făcutul injecţiei, ci însănătoşirea (sau mai ştii?) mea ulterioară împunsăturii care mi s-a făcut înainte vreme. Un asemenea eveniment *ulterior* este şi neliniştea pe care o

[97] *Ibidem*.

[98] „Mărfurile nu pot merge singure la piaţă şi nu se pot schimba singure [...] Mărfurile sunt lucruri; ele sunt deci neputincioase în faţa omului. Dacă nu i se supun, el poate să recurgă la forţă, cu alte cuvinte poate să le ia” (Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 99).

[99] Aurel Negucioiu, *Activitatea economică. Munca şi producţia – mobiluri şi rezultate*, ..., p. 39.

[100] Constantin Popescu, *Creşterea care sărăceşte*, ..., p. 163.

[101] „Bunurile fizice sunt produse, stocate, apoi vândute şi mai târziu consumate. Spre deosebire de acestea, serviciile sunt mai întâi vândute, apoi produse şi consumate în acelaşi timp şi loc” (Philip Kotler, John Saunders, Gary Armstrong, Veronica Wong, *op. cit*., p. 700).

manifestă unele persoane (în special copii şi bătrâni) după anumite emisiuni tv. În alte cazuri, efectul unei emisiuni tv sau radiofonice – somnul celui care se aşază într-un loc comod în faţa aparatului care-i aduce în faţa ochilor programul urmărit – poate fi imediat.

Indiferent de momentul în care apar şi de durata manifestării lor, efecte precum sănătatea dobândită în urma unui tratament medical, somnul provocat de oratoria cuiva într-un difuzor sau într-o sală de şedinţe, pereţii unei case aflate în construcţie sau zugrăveala unei locuinţe le vedem a se afla, metaforic vorbind, în *mâna* sau *ograda* cumpărătorului, nu de partea vânzătorului, ceea ce ne permite a spune că, în asemenea cazuri, de partea unui vânzător se află doar producţia efectului util respectiv, deci nu consecinţa sau efectul util al respectivei producţii.

Deosebit de relevantă găsim a fi în acest sens prestaţia unui artist, caz în care nu ştim pe cineva a se îndoi că ne aflăm în faţa unui serviciu. Un efect sau rezultat al acestei prestaţii este imaginea pe care şi-o face spectatorul despre ceea ce vede în faţa ochilor sau aude la radio ori la televizor. Dacă serviciul este acest efect, fie el doar unul util, deci nu prestaţia artistică propriu-zisă, iar unii autori consideră un asemenea efect a fi totodată produs, atunci acest produs nu aparţine artistului sau altui vânzător al spectacolului, ci spectatorului, aşa cum „imaginea cuiva în opinia celorlalţi nu este decât parţial bunul său. Aceasta e, în realitate, produsul şi proprietatea celorlalţi. Dovada sunt opiniile proaste despre cineva. Ele nu pot fi produsul celui în cauză, cum nu sunt nici opiniile bune, decât dacă sunt propriile sale opinii despre sine."[102] Or, pentru a putea vorbi de un serviciu ca produs-marfă trebuie ca produsul respectiv să fie al celui care execută actul de producere a lui, ceea ce nu există în exemplul dat, dar nici în multe alte cazuri.

Un caz limită pe care l-am putea aduce aici în favoarea ideii de serviciu ca proces de întrebuinţare a unor bunuri având un efect util sau altul ar fi şi ceea ce face cineva în baza simplului consimţământ dat de către altcineva. Un astfel de serviciu special, care adeseori se exemplifică, este *deplasarea în spaţiu* a oamenilor şi a altor lucruri, iar o asemenea deplasare este şi traversarea străzii de către „mine" în urma unei dispoziţii imperative sau permisiuni primite în acest sens de la ceva (un semafor) sau cineva (agentul de circulaţie), eveniment de care legăm următoarea întrebare: ce anume este aici serviciu, trecerea străzii de către „mine" sau dispoziţia ori încuviinţarea dată copilului de către părinte, pietonului de către agentul de circulaţie etc.? Ne vine greu a crede că deplasarea în spaţiu a cuiva prin traversarea străzii de către el, deplasare la semnalul de culoare verde al semaforului sau la indicaţiile agentului de circulaţie este serviciul-produs al semaforului sau al

[102] „Cu toate acestea ele intră atât în patrimoniul său ca mijloace de acţiune, cât şi în cel al altora. Astfel, oricine se poate folosi de celebritatea sa pentru a dobândi un bun foarte dorit, de pildă un om politic, o funcţie însemnată în stat, un pictor, o comandă importantă, iar un actor de cinema, un rol mare într-un film, tot aşa cum se poate uza de faima rea a cuiva pentru a-l împiedeca să obţină ceea ce vrea." (Gheorghe Novac, *Teoria praxemului: O introducere în analiza praxionomică*, Edit. Universităţii „Transilvania", Braşov, 2005, p. 591).

muncii agentului de circulaţie, iar mersul „meu" pe jos sau cu maşina personală ar fi propriul „meu" serviciu. Ca efecte, rezultate sau produse, mai mult sau mai puţin utile, ale unor acte de executare a lor avem doar în cazul unor servicii, de unde şi o categorisire a acestora într-o vreme, în literatura de specialitate de la noi, în *prestări de servicii industriale* (cele „concretizate în bunuri materiale") şi *prestări de servicii pure* (cele constând în „transporturi de călători, spectacole, activităţi ale unităţilor de frizerie-coafură etc.")[103].

Producţia anumitor efecte utile, precum haina confecţionată din materialul clientului sau hrana preparată într-o unitate turistică, infirmă aserţiunea că toate activităţile considerate a fi servicii nu produc bunuri (materiale)[104], dar şi aserţiunea că toate serviciile sunt produse care se consumă în timpul obţinerii lor sau că ele sunt rezultate care nu pot fi separate de execuţie şi de executant[105]. Dimpotrivă, viaţa demonstrează că multe dintre efectele utile considerate a fi servicii sunt totuşi bunuri obiectuale exterioare omului[106], iar celelalte servicii, despre care se crede că nu se separă „de furnizorii lor", conduc de regulă la efecte mai mult sau mai puţin utile în persoana celui care asistă la „un concert de muzică rock", audiază un curs universitar, ascultă un buletin de ştiri sau îşi reface sănătatea urmând sfatul unui vraci sau medic.

Presupunerea aceasta, că în afară de producţia de efecte utile ce se separă de autorii ei/lor există şi o producţie ce „este inseparabilă de actul producerii, cum se întâmplă în cazul artiştilor, al oratorilor, actorilor, profesorilor, medicilor, preoţilor etc."[107], nu ne scuteşte de următoarea întrebare: ce se vinde, şi implicit, ce este marfă în cazul serviciilor care nu se separă „de furnizorii lor" sau „de actul producerii" lor? Nu cumva tocmai munca vie, ca valoare de întrebuinţare a omului-forţă de muncă[108] şi totodată ca energie musculară şi nervoasă privită în sine, nu materializată în ea (lucru imposibil), aşa cum se întâmplă în cazul unei haine, bunăoară?

[103] „PRESTĂRI DE SERVICII, activitate economică, constând în operaţiuni de confecţionare, reparare, întreţinere etc. a unor bunuri materiale, precum şi în efectuarea unor servicii pure (transporturi de călători, spectacole, activităţi ale unităţilor de frizerie-coafură etc.), în scopul satisfacerii unor nevoi de consum productiv şi neproductiv. P. de s. concretizate în bunuri materiale se numesc *industriale*." (**** Dicţionar de economie politică*, ..., p. 572).

[104] A se (re)vedea, de pildă: **** Petit Larousse illustré*, ..., p. 943; Aurel Iancu ş.a., *op. cit*., p. 35.

[105] A se (re)vedea, de pildă, Philip Kotler ş.a., *op. cit*., p. 700.

[106] „Un *serviciu*, ca formă distinctă a rezultatelor activităţii din sfera producţiei, *este un produs material* determinabil şi determinat cantitativ şi calitativ, *cu un conţinut specific, organic integrat obiectului sau subiectului servit*" (Ion Trăistaru, *Reproducţia socială în condiţiile revoluţiei tehnico-ştiinţifice*, Bucureşti, Edit. Politică, 1973, p. 70).

[107] Karl Marx, *Capitalul*, vol. IV (*Teorii asupra plusvalorii*), partea I-a, în Marx-Engels, *Opere*, vol. 26, partea I-a, Bucureşti, Edit. Politică, 1980, p. 399.

[108] „[...] munca trecută care e cuprinsă în forţa de muncă şi munca vie pe care ea poate s-o efectueze, cheltuielile zilnice pentru întreţinerea ei şi cheltuirea ei zilnică, sunt două mărimi cu totul diferite. Prima determină valoarea ei de schimb, cealaltă constituie valoarea ei de întrebuinţare" [Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 206).

Aserţiunea de inseparabilitate „de furnizorii lor" sau „de actul producerii" lor a tuturor serviciilor, după unii autori, doar a anumitor servicii, după alţi autori, oferă posibilitatea de a considera marfă fie „furnizorul" sau artistul, oratorul, actorul etc., fie „actul producerii" de către unul sau altul (a ce anume?). Cum un dascăl sau medic liber profesionist (fiecare) nu-i marfă, precum este un salariat, pentru că nu-şi vinde forţa de muncă, rămâne în discuţie doar consultaţia, care, ca serviciu-marfă, este muncă vie, atât concretă cât şi abstractă. Dealtfel, din „vârful peniţei" unuia dintre autorii de seamă în problema reliefată de noi aici aflăm că, făcând abstracţie de forma marfă, „Munca şi produsele intră în angrenajul social ca servicii şi ca prestaţii în natură"[109], amintindu-ne întrucâtva de ceea ce s-a arătat că afirma Adam Smith, că, prin schimb, noi „obţinem unul de la altul cea mai mare parte din serviciile de care avem nevoie".

În fundalul schiţat până acum în privinţa conceptului de *serviciu/servicii* şi de *marfă/mărfuri*, cu luarea în considerare, în acest din urmă caz, şi a serviciilor este implicat, într-o anumită, şi raportul *cauză-efect*.

Din punctul de vedere al relaţiei cauzale, întâlnim spunându-se că o haină, de pildă, este un efect/rezultat util, indiferent dacă se obţine din stofa croitorului sau din stofa clientului. Ca serviciu însă se consideră a fi ba costumul confecţionat din stofa clientului – ca formă distinctă a rezultatului activităţii croitorului care l-a produs, ba doar prestaţia de muncă a acestui croitor. Într-un caz se lasă pe dinafară costumul confecţionat din stofa croitorului, iar în alt caz se lasă pe dinafară cauza acestui produs – producţia sa, ceea ce denotă că un serviciu nu-i orice efect util „al unei valori de întrebuinţare", decât într-o viziune populară. Din punct de vedere ştiinţific, *noţiunea* de *serviciu* a fost şi rămâne deocamdată menită a desemna doar ceea ce trece de la un individ uman la altul în general, ca marfă în special, sub formă de consumuri/ folosiri/ întrebuinţări/ utilizări de obiecte utile, de bunuri, de valori de întrebuinţare, şi nu de asemenea lucruri exterioare, ca atare. Fără această premisă în organizarea limbajului cu care operăm, serviciile încetează de a mai fi noţiunea care se vrea a desemna ceea ce a reliefat discuţia schiţată de noi până acum, adică ba anumite efecte utile, ba anumite activităţi sau prestaţii de muncă. Nu credem că avem nevoie de o noţiune de servicii care să desemneze fie orice efect util, inclusiv propria „mea" deplasare în spaţiu sau hrana preparată de „mine", fie orice acţiune a „mea" desfăşurată în acest sens, adică şi mersul pe jos sau în alt mod, gătitul fripturii cu care „îmi" astâmpăr foamea ori confecţionatul gardului care „îmi" delimitează proprietatea.

O posibilă interpretare a unui serviciu ca efect şi obiect al relaţiilor de schimb prin comensurare, ca obiect al pieţei, ca marfă, ar fi şi aceea că ceea ce se vinde în cazul unui *cap tuns*, de pildă, nu este întregul *cap*, ci numai modificarea unei proprietăţi a lui, aşa cum în cazul transportului, bunăoară, se spune că ceea ce se vinde „este însăşi deplasarea în spaţiu"[110], faptul că eu nu mai sunt unde am fost, ci în altă parte.

[109] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 92.

[110] „Ceea ce vinde industria transporturilor este însăşi deplasarea în spaţiu" (Karl Marx, *Capitalul*, vol. II ..., p. 61).

Pentru moment însă, apreciem că un asemenea raţionament este o variantă a ideii că se poate vinde utilitatea a ceva fără acel ceva, tunsoarea şi nu capul tuns, deplasarea în spaţiu şi nu pâinea sau persoana transportată, curăţirea hainei şi nu haina curată ş.a.m.d. Cronologic însă, înainte de aşa ceva avem procesul de înfrumuseţare, de deplasare, de curăţire etc., iar, cum am mai spus, cei mai mulţi *consideră un asemenea serviciu* obiect de schimb prin comensurare, *nu efectul lui*, care s-ar putea să nici nu fie uneori util, aşa cum obişnuim să spunem. O intervenţie chirurgicală s-ar putea să-ţi facă mai mult rău decât bine, iar dintr-o prelegere universitară s-ar putea să nu înţelegi mai nimic şi atunci plăteşti doar folosirea de bunuri (profesor, sală de curs, calculator etc.) pentru tine, nu vreun efect util sau pe măsura utilităţii aceloraşi procese sau servicii pentru alţi beneficiari.

Cei care acceptă că serviciile sunt folosiri/ întrebuinţări/ utilizări de bunuri au în vedere „ceva" mai mult decât prestaţii de muncă. Pe lângă asemenea prestaţii sau întrebuinţări de forţă de muncă, poate fi vorba şi de regulă este vorba şi de utilizări de atâtea alte bunuri (foarfecă la tuns, benzină la deplasarea în spaţiu, furnituri la costum, energie electrică la iluminatul sălii de consultaţie a pacientului tratat medical sau a sălii de curs a celor care se instruiesc într-o „fabrică" de învăţătură etc.).

De aici, coafura celui care vine de la un salon de modă, pasagerul sosit cu avionul la Bucureşti sau costumul confecţionat din stofa clientului ne apar ca efecte utile ale unui proces de obţinere a lor, de care unele se separă, până la urmă, aşa cum se separă, bunăoară, pâinea de activitatea brutarului, indiferent dacă aceasta (pâinea) e făcută din făina clientului sau din făina brutarului. Ca obiect al relaţiilor de schimb prin comensurare, într-un caz ne apare pâinea făcută din făina brutarului, iar în cazul pâinii făcute din făina clientului ne apare altceva decât pâinea, şi anume *folosirea de bunuri de către brutar*, altele decât făina adusă de client. Spunem *folosirea de bunuri de către brutar*, nu activitatea brutarului, pentru a nu lăsa să se creadă că e vorba doar de munca brutarului. Pe lângă aceasta, pe lângă folosirea brutarului ca forţă de muncă (care-i tot un bun, brutarul), schimbul include şi *folosirea* de către brutar a clădirii, cuptorului, apei, energiei electrice şi/sau termice etc. ca bunuri care nu-s ale clientului. Când se vinde pâine, se vinde un bun corporal sau tangibil, marfă de un anumit fel, corporală sau tangibilă; când se vinde *făcutul pâinii* se vinde un proces[111], indiferent dacă efectele utile ale acestui proces se separă sau nu de el; atunci se vinde un serviciu, ca bun necorporal sau intagibil[112], ca marfă de un alt fel, ca marfă necorporală sau intangibilă[113].

[111] Pentru mai multe detalii, a se vedea Vasile Marian, *Elemente de teorie a valorilor economice în societatea noastră*, Cluj-Napoca, Edit. Dacia, 2004, p. 57–69; Idem, *Preţuri şi tarife*, ediţia a 2-a, Cluj-Napoca, Edit. Argonaut, 2003, p. 17–36.

[112] „Bunurile sunt lucruri palpabile sau utilităţi nepalpabile care, fie satisfac trebuinţele de bază ale activităţii umane, fie fac viaţa oamenilor mai frumoasă [...] Serviciile sunt utilităţi nepalpabile [...]" (Constantin Popescu, *op. cit*., p. 163).

[113] „Prin *condiţia de plată*, vânzătorul se asigură că va primi contravaloarea mărfurilor livrate (tangibile sau intangibile, respectiv bunuri materiale sau servicii), iar cumpărătorul se asigură că primeşte mărfurile" (Ion Săndulescu, *Reguli şi practici în comerţul internaţional*, Bucureşti, Edit. All Beck, 1998, p. 94).

Admiterea ideii de marfă a unui serviciu, ca acțiune sau proces de producere de către vânzător a unui efect mai mult sau mai puțin util pentru cumpărător, este *suspectată* de nepotrivire cu teoria potrivit căreia marfa este obiect (precum „fierul, grâul, diamantul etc."), valoare de întrebuințare şi valoare, iar ca valoare marfa este muncă[114]; munca creează marfă, dar nu este marfă. „Categoric NU."[115] Cei care cunosc teoria marxistă în acest sens ştiu că la Marx „Munca este substanța şi măsura imanentă a valorilor", că munca „însăşi nu are [...] valoare", iar ca şi creatoare de avuție încă Thomas Hodgskin (1787–1869) a spus că ea (munca) „«nu este marfă»"[116]. Ca atare, „[...] dacă munca ar fi marfă, ea ar trebui *să aibă* valoare, iar valoarea ei ar fi egală cu valoarea creată de munca anterioară prestată pentru producerea ei ca marfă, deci tot ea. Ca urmare, în procesul de vânzare-cumpărare ar avea loc un schimb de *muncă trecută* încorporată în munca ce se schimbă cu o cantitate de *muncă vie* întrupată din nou în muncă. În acest fel se va intra într-un *cerc vicios* în care *valoarea muncii* se *măsoară cu munca însăşi!? Valoarea muncii este egală cu valoarea muncii!?*"[117]

Pentru a nu ajunge la asemenea contradicții, care să infirme ideea de marfă a unor servicii, destui autori spun că serviciile sunt *produse*, dintre care unele capătă o existență faptică, dacă nu înainte de a se tranzacționa, atunci unele după producerea lor, iar altele în timp ce se „consumă" sau se „consumă" concomitent cu producerea lor. În acest fel, se preferă a se relativiza noțiunea de *produs* decât a se accepta că un serviciu poate fi şi muncă vie şi că pe seama acestuia (serviciului)/ acesteia (muncii vii) marfă teoria valorii-muncă poate fi dezvoltată, nu lăsată la nivelul ei de elaborare de odinioară. Logic vorbind, dacă valoarea mărfii e muncă, atunci acest lucru este valabil în cazul oricărei forme de existență a mărfii – obiectuală sau neobiectuală, deci şi ca muncă vie, nu numai ca obiect cu existență spațială, fiind o altă chestiune că cel mai de seamă reprezentant al teoriei valorii-muncă s-a oprit la „valoarea unei mărfi" ca „Forma obiectuală a muncii sociale cheltuite la producerea ei."[118]

3. **CONCLUZII**

Cele arătate mai sus se constituie într-o dovadă a existenței unei mari diversități de păreri exprimate în literatura de specialitate mai veche şi mai nouă, de la noi şi din alte părți ale lumii, cu privire la conceptul de *piață* şi mai ales la cel de *marfă*, păreri de care mulți autori s-au legat şi/sau se leagă atât de puternic şi de

[114] „Valoarea este muncă" [Karl Marx, *Capitalul*, vol. III, partea a II-a (*Procesul de ansamblu al producției capitaliste*), în Marx-Engels, *Opere*, vol. 25, partea a II-a, Bucureşti, Edit. Politică, 1973, p. 353].

[115] Aurel Negucioiu, *Piața muncii sau piața forței de muncă?*, ..., p. 11.

[116] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 543.

[117] Aurel Negucioiu, *Piața muncii sau piața forței de muncă?*, ..., p. 11.

[118] Karl Marx, *Capitalul*, vol. I ..., p. 541.

diferit încât suntem nevoiţi a ne întreba: ce-i de făcut? Rămânem la marfă doar ca element de *avuţie* materială (de produse obiectuale/ palpabile/ tangibile distincte de om) sau şi de *bogăţie* materială (de avuţie materială şi lucruri distincte de om a căror utilitate pentru el nu este mijlocită de muncă)? Extindem sfera lumii mărfurilor şi la om, iar aici doar ca forţă de muncă sau ca individ social[119]? Este marfa pentru servicii o expresie imaginară sau una legitimată de realitate?

Forma *marfă* nu o găsim a fi proprie doar unor produse distincte de om. Pe lângă asemenea bunuri, ea este o formă socială potrivită, *înainte de toate*, şi pentru lucruri a căror utilitate nu este mijlocită de muncă, dar care ajung la beneficiarii lor tot prin schimb. Mărfuri nu devin numai bunurile exterioare ce se vând oricui, cu pierdere de către vânzători a dreptului de proprietate asupra lor, ci şi dobândirea de către cumpărători a dreptului de a dispune de ele după bunul plac, putându-le folosi fără măsură, revinde, ipoteca sau distruge; mărfuri devin şi asemenea bunuri care se închiriază[120] sau arendează oneros. Cine închiriază sau arendează anumite mărfuri cumpără posibilitatea utilizării lor în folosul lui; acest folos este ulterior cumpărării dreptului de folosinţă, închirierii sau arendării bunului. *Mai apoi*, analog bunurilor exterioare omului-marfă, avem omul care-şi vinde forţa de muncă, conştiinţa, onoarea etc. *În sfârşit*, există şi un alt mod de dobândire a unui folos[121], mai sigur şi mai rapid, şi anume, cumpărând bunuri sub formă de folosiri/ întrebuinţări/ utilizări ale lor, numite servicii-marfă[122].

Cât priveşte teama de a contrazice teoria obiectivă a valorii-muncă, susţinând că serviciile nu ar fi, într-o măsură mai mică sau mai mare, muncă, ci numai produse sau rezultate ale muncii, care ba au, ba nu au o existenţă spaţială şi temporală, pe aceasta nu o găsim a avea mai multă temeinicie decât tranzacţionarea, dac-ar fi posibilă, a „statului în loc" a cuiva, la somaţia dată de un paznic[123]. Oamenii au schimbat şi schimbă între ei, pe lângă obiecte în care este

[119] „Lucruri care în sine nu sunt mărfuri, ca, de pildă, conştiinţa, onoarea etc., se pot vinde, dobândind astfel, prin preţul care se plăteşte în schimbul lor, forma de mărfuri" (Karl Marx, *Capitalul,* vol. I ..., p. 117).

[120] A se vedea, de pildă Friedrich Engels, *Contribuţii la problema locuinţelor*, în Marx-Engels, *Opere alese*, vol. 1, Bucureşti, Edit. Politică, 1966, p. 561–561.

[121] „Nimeni nu cumpără un produs în sine, ci îl cumpără pentru serviciul pe care îl poate furniza. Beneficiarul are nevoie de anumite servicii: transport, confort, destindere. Pentru obţinerea acestor servicii el poate să fie nevoit să cumpere anumite produse, de exemplu, automobile, televizoare, aparate de uz casnic, haine etc. Este posibil ca în viitor el să poată obţine serviciul dorit fără a mai cumpăra produsul – de pildă prin închirierea produsului, prin cumpărarea serviciului obţinut de pe urma produsului respectiv" (**** Calitatea – dimensiune a produsului modern*, „Viaţa Economică", nr. 18, 1970, p. 17).

[122] „În condiţiile producţiei desfăşurate sub forma producţiei de mărfuri, serviciile de producţie şi serviciile de consum îmbracă forma *serviciilor-marfă*" (Ion Trăistaru, *op. cit*., p. 71).

[123] „În sensul nostru [...] şi un individ care stă când un paznic îi strigă «Stai!» este un produs. Acest individ este produsul paznicului în raport cu impulsul intenţionat datorită căruia s-a auzit somaţia de oprire şi datorită căruia în succesiunea de evenimente care i-a urmat a avut loc o schimbare şi anume oprirea persoanei, obiectul schimbării fiind chiar persoana oprită." (Tadeusz Kotarbinski, *Tratat despre lucrul bine făcut*, Bucureşti, Edit. Politică, 1976, p. 68).

materializată muncă, şi muncă vie, de utilităţi diferite[124], luând în considerare şi cantitatea din ea[125].

De aceea, momentan nu ştim cu ce anume altceva am mai putea completa mănunchiul de păreri aduse în discuţie mai sus decât cu următoarea concluzie posibilă: ***piaţa***, ***ca formă de interacţiune a oamenilor***, ***include în lumea mărfurilor bunurile obiectule/ palpabile/ tangibile şi procesele de folosire/ întrebuinţare/ utilizare de bunuri obiectuale/ palpabile/ tangibile*** (***adică serviciile***) ***cu care oamenii intră în relaţii de schimb prin comensurare***, ocazie cu care evit folosirea sintagmei *vânzare-cumpărare* în locul expresiei *schimb prin comensurare*, pentru a nu lăsa pe dinafară mărfurile care au format, formează şi/sau vor forma eventual obiect de *troc*, deşi, dintr-un alt punct de vedere, precum cel al angajării de forţă de muncă, al creditării sau al închirierii, mai potrivită este sintagma *vânzare-cumpărare*, având în vedere faptul că în asemenea cazuri se vinde şi se cumpără folosinţa unui bun (a unui informatician, a unei sume de bani, a unei case, a unui teren etc.), fără a schimba bunul respectiv cu ceea ce vânzătorul capătă pentru asta în schimb.

[124] „Dacă munca nu se schimbă contra capital şi contează numai ca valoare de întrebuinţare, *ea este un serviciu, o muncă neproductivă*." (M. Băbeanu, *Natura, locul şi rolul serviciilor în reproducţia socialistă*, Craiova, Edit. Scrisul Românesc, 1979, p. 24).

[125] „Când un matematician manifestă interes şi plăcere să aibă un schimb de idei cu un muzician, conversaţia lor nu are caracterul unui schimb «economic», dar dacă ei cad de acord să-şi dea o oră de matematică contra o oră (sau două ore) de muzică, raportul dintre ei capătă caracter «economic» şi, deşi nu se schimbă bunuri materiale, ci valori spirituale, el devine cuantificabil." (L. Grünberg, *Axiologia şi condiţia umană*, Bucureşti, Edit. Politică, 1972, p. 218–219).