

## CUPRINS

Prefață .....	15
<b>Capitolul 1</b>	
<b>Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională .....</b>	<b>17</b>
1.1. Comerțul – activitate de bază în cadrul economiei.....	17
1.1.1. Conceptul de comerț. Conținutul activității comerciale .....	17
1.1.2. Repere istorice în evoluția comerțului .....	19
1.1.3. Rolul și funcțiile comerțului .....	21
1.2. Relația dintre comerț și calitatea vieții .....	23
1.3. Actele de comerț și comerciantul .....	26
1.3.1. Noțiunea de act de comerț .....	26
1.3.2. Statutul comerciantului .....	28
1.3.2.1. Principalele restricții privind desfășurarea de activități comerciale .....	28
1.3.2.2. Obligațiile și prerogativele comerciantului.....	30
<b>Capitolul 2</b>	
<b>Distribuția mărfurilor .....</b>	<b>31</b>
2.1. Conținutul, rolul și funcțiile distribuției .....	31
2.1.1. Conceptul și conținutul distribuției .....	31
2.1.2. Rolul, formele și funcțiile distribuției .....	32
2.2. Canale de distribuție .....	34
2.2.1. Conceptul de canal de distribuție. Dimensiunile acestuia .....	34
2.2.2. Tipologia canalelor de distribuție.....	36
2.3. Particularități ale distribuției unor bunuri și servicii.....	38
2.3.1. Particularitățile distribuției bunurilor de consum .....	38
2.3.2. Particularitățile distribuției bunurilor de utilizare productivă.....	39
2.3.3. Particularitățile distribuției produselor agricole.....	39
2.3.4. Particularitățile distribuției serviciilor.....	40
2.4. Tendințe în evoluția distribuției .....	41
<b>Capitolul 3</b>	
<b>Locul pieței bunurilor și serviciilor în cadrul pieței globale .....</b>	<b>45</b>
3.1. Conceptul și funcțiile pieței.....	45
3.2. Structura piețelor contemporane.....	46
3.3. Modele și tipuri de piață .....	49
3.3.1. Concurența – componentă intrinsecă a pieței libere .....	49
3.3.2. Tipologia generală a piețelor .....	53
3.3.3. Tipologia piețelor în condițiile concurenței imperfecte .....	55
3.3.3.1. Piața de monopol .....	55
3.3.3.2. Piața monopolistică .....	57
3.3.3.3. Piața de oligopol .....	59
3.4. Piața bunurilor și serviciilor – componentă de bază a pieței globale.....	61

3.4.1. Conținutul și structura pieței bunurilor și serviciilor .....	61
3.4.2. Dinamica pieței bunurilor și serviciilor .....	64
3.4.2.1. Factorii de influență a dinamicii pieței bunurilor și serviciilor .....	64
3.4.2.1.1. Factorii care influențează evoluția de ansamblu a pieței bunurilor și serviciilor.....	64
3.4.2.1.2. Factorii specifici dinamicii pieței unui produs sau serviciu .....	67
3.4.2.2. Căile de dezvoltare a pieței bunurilor și serviciilor.....	68
3.5. Principalele categorii de parteneri prezenți în cadrul pieței.....	69
3.6. Mondializarea și globalizarea pieței.....	72
3.6.1. Conținutul și elementele pieței globale .....	72
3.6.2. Principalele forme de integrare a firmelor românești în piața mondială .....	74

#### Capitolul 4

<b>Implicațiile mecanismului de piață asupra activității comerciale .....</b>	<b>77</b>
4.1. Economia de piață. Concept și mecanisme .....	77
4.2. Mecanismul de funcționare a pieței .....	81
4.3. Rolul statului în reglarea mecanismelor pieței.....	86
4.3.1. Cadrul de abordare și coordonatele implicării statului în economie .....	86
4.3.2. Motivația și factorii intervenției statului în economie.....	89
4.3.3. Conținutul și formele implicării statului în economie.....	92
4.3.3.1. Asigurarea cadrului legislativ și instituțional de funcționare a mecanismului pieței .....	93
4.3.3.2. Intervenția statului în materie de prețuri.....	94
4.3.3.2.1. Metode de intervenție a statului în materie de prețuri .....	95
4.3.3.2.2. Fixarea prețurilor produselor realizate de către întreprinderile statului .....	98
4.3.3.3. Controlul concurenței.....	99
4.3.4. Particularități ale implicării statului în mecanismul economic al perioadei de tranziție.....	106
4.3.5. Criterii de apreciere a intervenției statului în economie .....	109
4.4. Agenții economici care acționează în cadrul pieței .....	111

#### Capitolul 5

<b>Organizarea comerțului și a aparatului comercial .....</b>	<b>115</b>
5.1. Principiile organizării activității comerciale.....	115
5.1.1. Legalitatea .....	115
5.1.2. Pluralismul formelor de proprietate .....	116
5.1.3. Libera inițiativă și concurența .....	117
5.1.4. Asocierea și combinarea .....	118
5.1.5. Specializarea comerțului .....	119
5.1.6. Alte principii ale organizării activității comerciale .....	120
5.2. Locul și importanța firmei în organizarea comerțului.....	121
5.2.1. Conceptul de firmă comercială .....	121
5.2.2. Tipuri de firme comerciale .....	122
5.2.2.1. Structurarea firmelor în funcție de forma de proprietate .....	122
5.2.2.2. Structurarea firmelor în funcție de forma juridică de constituire.....	124
5.2.2.3. Structurarea firmelor în funcție de alte criterii.....	127
5.3. Sisteme de organizare a aparatului comercial .....	127
5.3.1. Comerțul independent .....	128
5.3.2. Comerțul asociat .....	129

5.3.2.1. „Grupările de cumpărare“ sau „cooperativele“ comercianților cu amănuntul.....	129
5.3.2.2. Lanțurile voluntare.....	132
5.3.2.3. „Grupările de cumpărare“ ale comercianților cu ridicata .....	134
5.3.2.4. Magazinele colective ale independenților .....	134
5.3.3. Comerțul integrat .....	135
5.3.3.1. Formele capitaliste ale comerțului integrat .....	135
5.3.3.1.1. Marile magazine .....	135
5.3.3.1.2. Magazinele cu sucursale .....	138
5.3.3.1.3. Magazinele populare .....	139
5.3.3.2. Formele cooperatiste ale comerțului integrat .....	141
5.3.3.3. Sistemul acordurilor în franciză.....	144
5.3.3.3.1. Conținutul și structura acordurilor în franciză .....	144
5.3.3.3.2. Principalele tipuri de franciză utilizate în procesul de distribuție .....	144
<b>Capitolul 6</b>	
<b>Consumul și comportamentul de consum .....</b>	<b>147</b>
6.1. Consumul și sistemul nevoilor de consum.....	147
6.1.1. Sistemul nevoilor de consum .....	147
6.1.1.1. Conceptul și structura nevoilor de consum.....	147
6.1.1.2. Trăsăturile și factorii de influență a nevoilor de consum .....	149
6.1.2. Consumul.....	151
6.1.2.1. Conceptul și structura consumului.....	151
6.1.2.2. Factorii formativi ai consumului .....	153
6.1.2.3. Relațiile dintre consum și produsul intern brut (PIB) .....	155
6.1.2.4. Limitele consumului.....	156
6.1.2.5. Propensiunea spre consum.....	158
6.1.2.6. Legile lui Engel și elasticitatea consumului .....	159
6.2. Comportamentul de consum.....	161
6.2.1. Conceptul și dimensiunile comportamentului consumatorului .....	161
6.2.2. Structura procesului de cumpărare.....	165
6.2.3. Decizia de cumpărare .....	166
<b>Capitolul 7</b>	
<b>Cererea de mărfuri.....</b>	<b>169</b>
7.1. Conținutul cererii de mărfuri.....	169
7.1.1. Conceptul de cerere de mărfuri .....	169
7.1.2. Conținutul (formele) cererii de mărfuri .....	171
7.1.2.1. Cererea de mărfuri a populației .....	171
7.1.2.2. Cererea de mărfuri pentru consumul intermediar .....	172
7.2. Tipologia și factorii cererii de mărfuri .....	173
7.2.1. Tipologia cererii de mărfuri.....	173
7.2.2. Factorii care influențează cererea și cumpărările .....	175
7.2.2.1. Factorii de influență a cererii de mărfuri .....	175
7.2.2.2. Factorii de influență a cumpărării de mărfuri .....	179
7.3. Elasticitatea cererii populației .....	181

**Capitolul 8**

<b>Oferta de mărfuri</b> .....	183
8.1. Conținutul ofertei de mărfuri .....	183
8.1.1. Conceptul de ofertă de mărfuri .....	183
8.1.2. Tipologia ofertei de mărfuri .....	184
8.1.3. Caracteristicile ofertei de mărfuri .....	187
8.2. Factorii ofertei de mărfuri .....	188
8.3. Înnoirea produselor și diversificarea ofertei de mărfuri .....	190
8.4. Elasticitatea ofertei de mărfuri .....	193

**Capitolul 9**

<b>Prețurile în comerț</b> .....	195
9.1. Prețurile și sistemul de prețuri în economia concurențială .....	195
9.1.1. Conținutul și natura prețurilor .....	195
9.1.2. Tipologia prețurilor în cadrul economiei de piață .....	199
9.2. Funcțiile prețurilor .....	201
9.3. Formarea prețurilor .....	203
9.3.1. Prețurile și concurența .....	203
9.3.2. Formarea prețurilor în diferite condiții de piață .....	205
9.3.2.1. Formarea prețurilor în cadrul unei piețe cu concurență perfectă .....	205
9.3.2.2. Formarea prețurilor în condițiile pieței cu concurență imperfectă .....	208
9.3.2.2.1. Prețul de monopol .....	209
9.3.2.2.2. Prețul monopolistic .....	210
9.3.2.2.3. Prețul de oligopol .....	211
9.4. Dimensiunile prețului .....	212
9.5. Tipurile de prețuri practicate în comerț .....	214
9.5.1. Prețuri de aprovizionare .....	215
9.5.2. Prețuri de vânzare .....	216
9.6. Stabilirea strategiilor de preț în domeniul comerțului .....	220
9.6.1. Elementele ce stau la baza stabilirii strategiilor de preț în comerț .....	221
9.6.2. Opțiuni strategice privind prețurile în comerț .....	224

**Capitolul 10**

<b>Comerțul cu ridicata</b> .....	229
10.1. Conținutul, rolul și funcțiile comerțului cu ridicata .....	229
10.1.1. Conținutul activității de comerț cu ridicata .....	229
10.1.2. Rolul economic al comerțului cu ridicata .....	230
10.1.3. Funcțiile comerțului cu ridicata .....	232
10.1.4. Locul comerțului cu ridicata în cadrul distribuției .....	233
10.2. Tipologia activității comerciale cu ridicata .....	235
10.3. Tendințe în evoluția comerțului cu ridicata .....	237

**Capitolul 11**

<b>Comerțul cu amănuntul</b> .....	239
11.1. Conținutul, importanța și funcțiile comerțului cu amănuntul .....	239
11.1.1. Conceptul și conținutul comerțului cu amănuntul .....	239
11.1.2. Rolul și funcțiile comerțului cu amănuntul .....	240
11.2. Tipologia activității comerciale cu amănuntul .....	241
11.2.1. Sectorizarea activității comerciale cu amănuntul .....	241

11.2.2. Structura formelor de vânzare utilizate în comerțul cu amănuntul .....	244
11.2.2.1. Comerțul stabil .....	244
11.2.2.2. Comerțul mobil .....	246
11.2.2.3. Comerțul fără magazine .....	247
11.3. Tendințele și evoluția comerțului cu amănuntul .....	249
11.3.1. Mutații de structură în comerțul cu amănuntul .....	250
11.3.2. Factorii de influență a evoluției comerțului cu amănuntul .....	251
11.3.3. Tipologia tendințelor conturate în evoluția comerțului cu amănuntul .....	252
<b>Capitolul 12</b>	
<b>Alimentația publică</b> .....	257
12.1. Conținutul și particularitățile alimentației publice .....	257
12.1.1. Conceptul și importanța alimentației publice .....	257
12.1.2. Organizarea activității de alimentație publică .....	260
12.2. Tipologia unităților de alimentație publică .....	262
12.3. Baza tehnico-materială a sectorului de alimentație publică .....	266
12.3.1. Conținutul și criteriile specifice bazei tehnico-materiale din sectorul de alimentație publică .....	266
12.3.2. Inventarul, utilajele și instalațiile din sectorul de alimentație publică .....	268
12.3.3. Progresul tehnic în activitatea de alimentație publică .....	270
12.4. Mutații și orientări în organizarea și modernizarea activității de alimentație publică .....	271
<b>Capitolul 13</b>	
<b>Serviciile comerciale</b> .....	273
13.1. Conținutul serviciilor comerciale .....	273
13.1.1. Conceptul de serviciu comercial .....	273
13.1.2. Caracteristicile serviciilor comerciale .....	274
13.1.3. Contribuția serviciilor comerciale la satisfacerea cerințelor populației .....	276
13.2. Locul serviciilor comerciale în cadrul comerțului actual .....	278
13.3. Tipologia serviciilor comerciale .....	279
13.4. Tendințe pe plan mondial în dezvoltarea serviciilor comerciale .....	282
<b>Capitolul 14</b>	
<b>Comerțul cooperatist</b> .....	285
14.1. Apariția și dezvoltarea cooperăției în România .....	285
14.2. Organizarea și funcționarea cooperăției de consum în etapa actuală .....	288
14.2.1. Mutații în organizarea și desfășurarea activității cooperăției de consum .....	288
14.2.2. Conținutul, rolul și importanța cooperăției de consum în etapa actuală .....	290
14.2.3. Principiile cooperatiste .....	292
14.2.4. Organizarea și funcționarea cooperăției de consum .....	294
14.2.4.1. Considerații generale .....	294
14.2.4.2. Sistemul de organizare a cooperăției de consum .....	295
14.2.4.3. Membrii și salariații cooperăției de consum .....	298
14.2.5. Regimul juridic al bunurilor cooperăției de consum .....	298
14.3. Mutații în viața și activitatea cooperăției de consum în etapa actuală .....	300
14.3.1. Principalele obiective ale cooperăției de consum în economia de piață .....	300
14.3.2. Valorile cooperatiste pentru secolul al XXI-lea .....	302

**Capitolul 15**

<b>Comerțul electronic</b> .....	305
15.1. Conceptul de comerț electronic și sfera sa de cuprindere.....	305
15.1.1. Noțiunea de comerț electronic.....	305
15.1.2. Sfera de cuprindere a comerțului electronic.....	306
15.1.3. Principalele concepte privind comerțul electronic.....	307
15.1.4. Avantajele și dezavantajele comerțului electronic față de comerțul clasic.....	310
15.2. Comerțul electronic prin Internet.....	312
15.2.1. Prezentarea generală a Internetului.....	312
15.2.2. Internetul în comerț.....	313
15.3. Tipuri de site-uri utilizate în comerțul electronic.....	317
15.4. Sisteme de plată în comerțul electronic.....	319
15.4.1. Metode de efectuare a plăților electronice.....	319
15.4.2. Asigurarea securității operațiilor realizate prin comerțul electronic.....	322
15.5. Comerțul electronic în România.....	324

**Capitolul 16**

<b>Politica aprovizionării cu mărfuri în comerț</b> .....	327
16.1. Rolul și obiectivele politicii de aprovizionare cu mărfuri în comerț.....	327
16.1.1. Rolul aprovizionării în activitatea agenților economici.....	327
16.1.2. Componentele procesului de aprovizionare.....	329
16.1.3. Obiective și strategii în aprovizionarea cu mărfuri.....	331
16.2. Tipologia politicilor de aprovizionare.....	334
16.3. Fundamentarea politicilor de aprovizionare cu mărfuri.....	336
16.3.1. Structura și natura furnizorilor.....	336
16.3.2. Resursele de care pot dispune structurile comerciale.....	338
16.3.3. Cheltuielile de aprovizionare – element de bază în stabilirea politicii de aprovizionare.....	338

**Capitolul 17**

<b>Politica stocurilor de mărfuri în comerț</b> .....	341
17.1. Rolul stocurilor în activitatea comercianților.....	341
17.1.1. Locul stocurilor în activitatea comercială. Funcțiile acestora.....	341
17.1.2. Principalele categorii de stocuri de mărfuri și indicatorii acestora.....	342
17.1.3. Factorii care influențează stocurile în comerț.....	345
17.2. Gestiunea stocurilor de mărfuri în comerț.....	346
17.2.1. Particularități ale gestiunii stocurilor în comerț.....	346
17.2.1.1. Natura și obiectul activității desfășurate.....	347
17.2.1.2. Caracteristicile verigilor comerciale.....	348
17.2.2. Restricțiile unui sistem de gestiune a stocurilor.....	350
17.2.2.1. Principalele categorii de restricții.....	350
17.2.2.2. Evoluția cererii.....	351
17.2.2.3. Nivelul de serviciu.....	253
17.2.2.4. Costul stocajului.....	356
17.2.2.5. Sistemul informațional.....	359
17.3. Normarea stocurilor.....	359
17.3.1. Conceptul și necesitatea normării stocurilor.....	359
17.3.2. Metode de normare a stocurilor.....	360

**Capitolul 18**

<b>Politici privind vânzările de mărfuri</b> .....	365
18.1. Conținutul și obiectivele politicilor privind vânzările de mărfuri.....	365
18.1.1. Conceptul de politică privind vânzarea de mărfuri.....	365
18.1.2. Obiectivele politicilor privind vânzarea mărfurilor.....	365
18.1.2.1. Obiectivele macroeconomice ale politicilor privind vânzarea mărfurilor.....	366
18.1.2.2. Obiectivele microeconomice ale politicilor privind vânzarea mărfurilor.....	369
18.2. Fundamentarea politicii de vânzări.....	371
18.2.1. Stabilirea trăsăturilor specifice vânzărilor de mărfuri.....	371
18.2.2. Analiza desfacerilor din perioadele anterioare.....	372
18.2.3. Previțiunea vânzărilor.....	376
18.2.4. Resursele disponibile și utilizarea acestora.....	378
18.3. Principalele pârghii economice utilizate în politica de vânzări.....	380
18.4. Forme moderne de tranzacții comerciale.....	381
18.4.1. Tranzacțiile de leasing.....	381
18.4.2. Distribuția în franciză.....	384

**Capitolul 19**

<b>Baza tehnico-materială a comerțului</b> .....	387
19.1. Conceptul de bază tehnico-materială a comerțului.....	387
19.2. Baza tehnico-materială a comerțului cu amănuntul.....	389
19.2.1. Rețeaua de unități de vânzare cu amănuntul a mărfurilor.....	389
19.2.1.1. Tipologia și distribuția în teritoriul a rețelei comerciale cu amănuntul.....	389
19.2.1.2. Tendințe în evoluția rețelei comerciale cu amănuntul.....	391
19.2.2. Mobilierul și utilajul comercial specific comerțului cu amănuntul.....	392
19.3. Baza tehnico-materială a comerțului cu ridicata.....	393
19.3.1. Rețeaua de depozite a comerțului cu ridicata.....	393
19.3.2. Mobilierul și utilajul comercial din depozitele cu ridicata.....	395
19.4. Corelarea bazei tehnico-materiale a comerțului cu volumul activității desfășurate.....	396
19.5. Progresul tehnic în comerț.....	397
19.5.1. Factorii progresului tehnic în comerț.....	397
19.5.2. Indicatorii de evaluare a progresului tehnic din comerț.....	398
19.5.3. Direcțiile progresului tehnic în comerț.....	399

**Capitolul 20**

<b>Resursele comerțului</b> .....	401
20.1. Resursele umane din comerț.....	401
20.1.1. Caracteristicile procesului de muncă din comerț.....	401
20.1.2. Productivitatea muncii în comerț.....	404
20.1.2.1. Definiția și cuantificarea productivității muncii în comerț.....	404
20.1.2.2. Factorii productivității muncii în comerț.....	405
20.1.3. Corelarea numărului și structurii personalului cu volumul activității desfășurate.....	407
20.2. Patrimoniul agenților economici din comerț.....	410
20.3. Resursele financiare din comerț.....	411

20.3.1. Relațiile financiare, bănești și de credit ale comerțului.....	411
20.3.2. Managementul resurselor financiare din comerț.....	412
20.3.2.1. Corelarea resurselor financiare cu volumul activității desfășurate.....	412
20.3.2.2. Constituirea și modificarea capitalului social.....	413
20.3.2.3. Finanțarea investițiilor în comerț.....	414
20.3.2.4. Finanțarea mijloacelor circulante în comerț.....	415
20.4. Politica financiară în comerț.....	416

## Capitolul 21

<b>Relațiile comerțului cu producătorii și consumatorii</b> .....	419
21.1. Relațiile comerțului cu producătorii .....	419
21.1.1. Conținutul și necesitatea relațiilor comerțului cu producătorii .....	419
21.1.2. Formele relațiilor comerțului cu producătorii .....	421
21.1.2.1. Relațiile precontractuale. Rolul negocierii în afacerile comerciale.....	422
21.1.2.2. Relațiile contractuale. Contractul – suport al tranzacției comerciale .....	425
21.1.2.3. Relațiile postcontractuale. Derularea tranzacțiilor comerciale .....	426
21.2. Relațiile comerțului cu consumatorii.....	427
21.2.1. Locul relațiilor cu consumatorii în ansamblul activității comerciale .....	427
21.2.2. Conținutul relațiilor comerțului cu consumatorii .....	428

## Capitolul 22

<b>Protecția consumatorilor</b> .....	431
22.1. Conceptul și structura câmpului de acțiune a protecției consumatorilor .....	431
22.2. Implicarea puterii publice în protecția consumatorilor .....	437
22.2.1. Asigurarea cadrului legislativ și judiciar privind protecția consumatorilor.....	438
22.2.2. Organizarea cadrului instituțional privind protecția consumatorilor .....	443
22.3. Organizarea consumatorilor în vederea apărării drepturilor proprii.....	445
22.4. Politica de protecție a consumatorilor în România.....	447
22.4.1. Cadrul legislativ privind protecția consumatorilor în România.....	447
22.4.1.1. Reglementări privind protecția consumatorilor în România .....	447
22.4.1.2. Structura legislației privind protecția consumatorilor în România .....	448
22.4.1.3. Răspunderea și sancționarea încălcării legislației privind protecția consumatorilor .....	452
22.4.2. Cadrul instituțional privind protecția consumatorilor în România.....	455
22.4.2.1. Organizarea și atribuțiile Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor .....	455
22.4.2.2. Organisme consultative privind protecția consumatorilor .....	458
22.4.2.3. Asociațiile pentru protecția consumatorilor.....	459

## Capitolul 23

<b>Eficiența activității comerciale</b> .....	461
23.1. Conceptul și conținutul eficienței activității comerciale .....	461
23.2. Eficiența economică a activității comerciale.....	462
23.2.1. Calculul eficienței economice în comerț .....	462
23.2.2. Veniturile în comerț.....	464
23.2.3. Cheltuielile în comerț .....	465



23.2.3.1. Conținutul și structura cheltuielilor de circulație din comerț.....	465
23.2.3.2. Indicatorii cheltuielilor de circulație.....	467
23.2.3.3. Factorii care influențează cheltuielile de circulație.....	468
23.2.4. Rentabilitatea activității comerciale.....	469
23.2.4.1. Conținutul și indicatorii rentabilității activității comerciale .....	469
23.2.4.2. Factorii care determină mărimea profitului.....	472
23.2.4.3. Repartizarea profitului în comerț .....	473
23.3. Eficiența socială a comerțului.....	474
23.4. Căile de creștere a eficienței activității comerciale.....	477
<b>Capitolul 24</b>	
<b>Evoluția comerțului românesc în contextul integrării în structurile europene .....</b>	<b>479</b>
24.1. Integrarea comerțului românesc în structurile europene.....	479
24.1.1. Mutații în structura comerțului în contextul realizării pieței unice europene.....	479
24.1.2. Procesul de integrare a pieței românești în piața internă europeană.....	481
24.2. Evoluția comerțului românesc în perioadele următoare .....	483
<b>Capitolul 25</b>	
<b>Urbanismul comercial și piața urbană.....</b>	<b>489</b>
25.1. Conținutul activității de urbanism comercial .....	489
25.1.1. Conceptul și problematica urbanismului comercial.....	489
25.1.2. Principiile urbanismului comercial.....	490
25.2. Principalele structuri comerciale urbane .....	492
25.2.1. Elemente de atractivitate a unităților comerciale .....	492
25.2.2. Centrul comercial .....	494
25.2.3. Arterele pietonale.....	496
25.3. Importanța dimensionării și amplasării rețelei comerciale în spațiul urban .....	497
25.3.1. Dimensionarea și structurarea rețelei comerciale urbane .....	497
25.3.2. Rolul marilor unități comerciale în structura rețelei urbane de distribuție .....	499
25.4. Natura, elementele și particularitățile pieței urbane .....	501
25.4.1. Piața urbană. Conținut și caracteristici .....	501
25.4.2. Cererea urbană .....	503
25.4.3. Oferta urbană.....	505
25.4.4. Mobilitatea spațială .....	507
<b>Bibliografie .....</b>	<b>509</b>