

Cuprins

Abrevieri.....	9
Cuvânt-înainte.....	11
Capitolul 1	
Schimbul – forma generalizată de cooperare interumană.....	13
1.1. Generalizarea și globalizarea relațiilor de piață în lumea contemporană.....	13
1.2. Piața – creație socială.....	15
1.2.1. Reglementările pieței și interesele dominante din societate.....	15
1.2.2. Funcțiile moderne ale pieței.....	16
1.2.2.1. Discriminările prin piață – discriminări tacite și „invizibile”.....	17
1.2.2.2. Piața – instituția libertății și a constrângerii acceptate.....	20
1.2.2.3. Piața și firma: unitate contradictorie.....	21
1.3. „Contestabilitatea” – premisă pentru funcționarea eficientă a pieței.....	23
1.4. Limite genetice, precapitaliste și abuzive ale mecanismului de reglare prin piață.....	24
<i>Note și bibliografie</i>	29
Capitolul 2	
Concurența – bazele conceptuale și metodologice.....	35
2.1. Conținutul concurenței: natură, rol, subiecți, comportamente.....	35
2.1.1. Concurența – unitatea relațiilor de competiție (confruntare) și de colaborare între subiecți de proprietate diferiți.....	37
2.1.2. Procesul devenirii istorice a teoriei concurenței.....	48
2.2. Sistemica concurenței. Concurența liberă sau loială/corectă?.....	50
2.3. Reglementarea concurenței.....	54
2.3.1. Eșecurile piețelor și reglementarea concurenței.....	55
2.3.2. Reglementarea concurenței este o operațiune contradictorie.....	58
2.3.3. Concurența neloială (incorectă).....	61
2.4. Piața relevantă și structurile ei.....	62
2.4.1. Piața relevantă a produsului.....	63
2.4.2. Piața relevantă geografică.....	67
2.4.3. Structurile pieței relevante.....	69
2.4.4. Schimbări în curs în sistemul piețelor.....	73
<i>Note și bibliografie</i>	81

Capitolul 3

Mediu concurențial – creație socială. Vectorii mediului concurențial	85
3.1. Proprietatea privată vectorul determinant al mediului concurențial	87
3.2. Prețurile practicate în tranzacții.....	89
3.2.1. Prețul – vectorul central în activitatea economică	89
3.2.2. Prețul și valoarea economică	93
3.2.3. Prețul și teoriile valorii în contemporaneitate	93
3.2.4. Prețurile libere, corecte și fluide	96
3.3. Politicile economice, sociale și de mediu	100
3.4. Structurile economice	101
3.4.1. Tendința spre oligopolizare a piețelor. Dualismul economic	102
3.4.2. De la oligopolul intern la oligopolul internațional (mondial)	103
3.4.3. Oligopolismul și mediul concurențial	104
3.5. Barierele economice	106
3.5.1. Tipologia barierelor	106
3.5.2. Barierele comerciale	109
3.6. Alți vectori	114
3.7. Mediu concurențial și politica comună în domeniul concurenței (PCDC) în UE. Preliminarii	116
3.8. Starea de fapt	120
<i>Note și bibliografie</i>	123

Capitolul 4

Competitivitate și avantaj competitiv	127
4.1. Competitivitatea firmei și a economiei naționale.....	127
4.2. Avantajul competitiv (AC) al firmei și determinantele AC național. Diamantul (rombul) porterian	134
4.2.1. Lanțul și sistemul valoric.....	136
4.2.2. Tipurile avantajului concurențial (AC)	139
4.2.3. Determinantele avantajului competitiv național (ACN)	143
4.2.4. Este „depășit” avantajul competitiv național (ACN)?	152
4.2.5. Surse de AC artificiale	154
4.3. Grade (forme) de AC	156
4.3.1. AC de gradul I	156
4.3.2. AC de gradul II.....	159
4.3.3. AC de gradul III	159
4.3.4. Avantajele competitive de gradul IV – cele din Noua Economie	161
4.4. O nouă teorie și structură a diviziunii muncii și schimburilor comerciale internaționale.....	164
<i>Note și bibliografie</i>	167

Capitolul 5

Sistemele producției internaționale integrate (SPII) în competiția globală	169
5.1. Sistemul producției internaționale (SPII) – formă particulară a lanțului valoric	169
5.1.1. Elementele definitorii ale SPII	170
5.2. Sistemele producției internaționale integrate (SPII) și întreprinderile mici și mijlocii (IMM)	177
5.2.1. Starea de fapt	178
5.2.2. Sectorul IMM – un mediu economic neomogen	180
5.3. Repere privind raționalitatea economică și social-umană a IMM-urilor din România	186
5.3.1. O realitate eterogenă	186
5.3.2. Raționalitatea economică și social-umană a IMM-urilor. Repere	189
5.3.2.1. Dinamica raționalității economice	189
5.3.2.2. Contribuția la comerțul exterior	191
5.3.2.3. Gestiunea resurselor umane	192
<i>Note și bibliografie</i>	194

Capitolul 6

Procesualitatea creării mediului concurențial omogen în UE	195
6.1. Integrarea economică internațională și mediul concurențial	195
6.1.1. IEI – componentă și etapă a globalizării	196
6.1.2. Integrarea economică internațională – proces de eliminare treptată a barierelor economice	197
6.1.3. Convergența prețurilor	200
6.1.4. Măsuri de integrare pozitivă și negativă	203
6.2. Evoluția integrării europene și a mediului concurențial comunitar	204
6.2.1. Adâncirea, lărgirea și extinderea integrării europene	206
6.2.3. Uniunea Vamală (UV) și liberalizarea comercială	209
6.2.3.1. Incidențele spațiului fără bariere comerciale asupra mediului concurențial	211
6.2.3.2. Cadrul teoretic standard: creare și deturnare de trafic	214
6.2.4. Piața Comună (PC) și deschiderea piețelor competiției intracomunitare	216
6.2.4.1. Libera circulație a bunurilor: eliminarea barierelor netarifare	217
6.2.4.2. Libera circulație a capitalului	220
6.2.4.3. Libera circulație a forței de muncă	221
6.2.5. Trecerea la stadiul de Uniune Economică (UE) și Uniune Economică și Monetară (UEM). Aprofundarea caracteristicilor de spațiu concurențial comun	223
6.3. Efecte ale liberalizării economice asupra decalajelor de venituri și asupra sistemului de companii	225
6.4. Un caz particular: mediul concurențial din sectorul agricol	229
<i>Note și bibliografie</i>	238

Capitolul 7

Politica comunitară în domeniul concurenței	241
7.1. Necesitatea și scopul politicii comune în domeniul concurenței (PCDC).....	241
7.2. Conținutul politicii comune în domeniul concurenței (PCDC). Bazele juridice și actorii implicați.....	244
7.3. Componentele structural-analitice ale PCDC privind practicile anticoncurențiale	247
7.3.1. Interzicerea înțelegerilor de tip cartel și a altor practici restrictive între agenții economici (art. 81)	248
7.3.1.1. Tendințe spre oligopolizare	249
7.3.1.2. Comportamentul strategic.....	250
7.3.1.3. Cartelul.....	251
A. Atacul cartelului asupra bunăstării consumatorului	252
B. Forme de cartel	254
7.3.1.4. Detectarea înțelegerilor restrictive (de tip cartel)	255
7.3.2. Interdicția abuzului de poziție dominantă (art. 82)	259
7.3.2.1. Poziția dominantă: conținut.....	259
7.3.2.2. Practici și instrumente ale abuzului de poziție dominantă	262
7.3.2.2.1. Practici de exclusiune	262
7.3.2.2.2. Practici de redistribuire.....	265
7.3.3. Controlul concentrărilor (fuziunilor).....	268
7.3.4. Controlul asupra intervențiilor publice care pot avea caracter anticoncurențial.....	271
7.3.4.1. Ajutoarele de stat.....	272
7.3.4.2. Drepturile speciale (avantaje privilegiate).....	274
<i>Note și bibliografie</i>	276
 Bibliografie selectivă	 279
 Anexe.....	 283
 Contents	 297