

**FORMS AND PERSPECTIVES OF COMPETITION RESULTED FROM THE VIEW OF THE „SITUATIONAL HEXAGON” PRAXIOLOGICAL PARADIGM**

**Alin Brădescu, PhD Student, ”Al. Ioan Cuza” University of Iași**

*Abstract: As conceived and derived from inside logic of action, the „situational hexagon” paradigm came into existence and was developed on a long and well populated descent of semiotic formalization. The logical scheme centers, as its subject of „action”, on complex notions (logical categories/terms) of a special kind: that is, fuzzy, cosmoidal notions. The main feature of these fuzzy logical terms is their undetermined or, even, impossible to be determined sphere or logical extension. Moreover, the actual referent or denotement involves subjective assessment and options. By applying the logical model, the notions under scrutiny are, in essence, de-composed in sub-notions, re-composed and re-interpreted in terms of significance and interconnections.*

*Of an ontological importance for economic sciences, economic concepts are indeed excellent particularizations of the complex notions because they subsume other complex concepts and comply perfectly with the main feature mentioned above. Therefore, economic concepts are well adequate to interdisciplinary proceedings. Under these circumstances, we have applied the situational paradigm of action to the economic concept of „competition”, in an interdisciplinary enterprise.*

*As a first step, we have presented the coordinates of the model and its virtues in term of interpretation. The main part of our work consists in elaborating, constructing and interpreting the situational hexade for the economic competition, which is seen, in the perspective of the logic of action, as an „actional” complex concept. We have also explained and interpreted competition sub-forms derived from the sextuple pattern, in fact forms of the imperfect or unfair economic competition.*

*Our paper conclusions mention sources of the economic action „pathology”, in view of the competitive relation and competition-related downfalls of the actual markets.*

**Key-words:** *competition, economic environment, economic relation, model, interpretation*

Înscriindu-se în sfera formalismelor din logica acțiunii, concepută și dezvoltată de Petru Ioan<sup>1</sup>, **hexada acționalistă de tip situațional**, numită și **hexada situațională** sau **modelul situațional hexadic**, transpune variabilele fundamentale ale acțiunii umane - agentul, obiectul acțiunii, situație acțională, scopul acțiunii, mijloc sau instrument, metoda, rezultatul, valoarea a acțiunii, forma - într-o perspectivă amplă și multidimensională, cu deschideri interpretative notabile și atât de dragi logicii.

Strict formal, paradigma logică hexadică apare ca un hexagon care circumscrie un concept/categorie logică de tip fuzzy sau cosmoidală, în toată complexitatea și cuprinderea componentelor sale de formă, extensiune, intensiune, conotații, substrat și altele, care are ca vârfuri noțiunile-factori, respectiv șase variabile/coordonate ale acțiunii definitorii pentru ființarea aceluia concept, laturile modelului materializând relațiile și interpătrunderile dintre

<sup>1</sup>În lucrări precum: Ioan, Petru, *Educație și creație în perspectiva unei logici „situaționale” („Preambul”)*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995; Ioan, P., *Avataruri ale unei noi paradigmă. Educație și creație în perspectiva logicii de tip situațional*, Editura Universității „Al. I. Cuza”, Iași, 2010; Ioan, P., *Modelul hexadic în politologie*, Editura „Ștefan Lupașcu” (colecția „Radiografii”), Iași, 2002.

vârfuri, explicate și interpretate în perspectiva acțiunii ontologice a conceptului central și vag supus analizei logice, conform figurii 1.

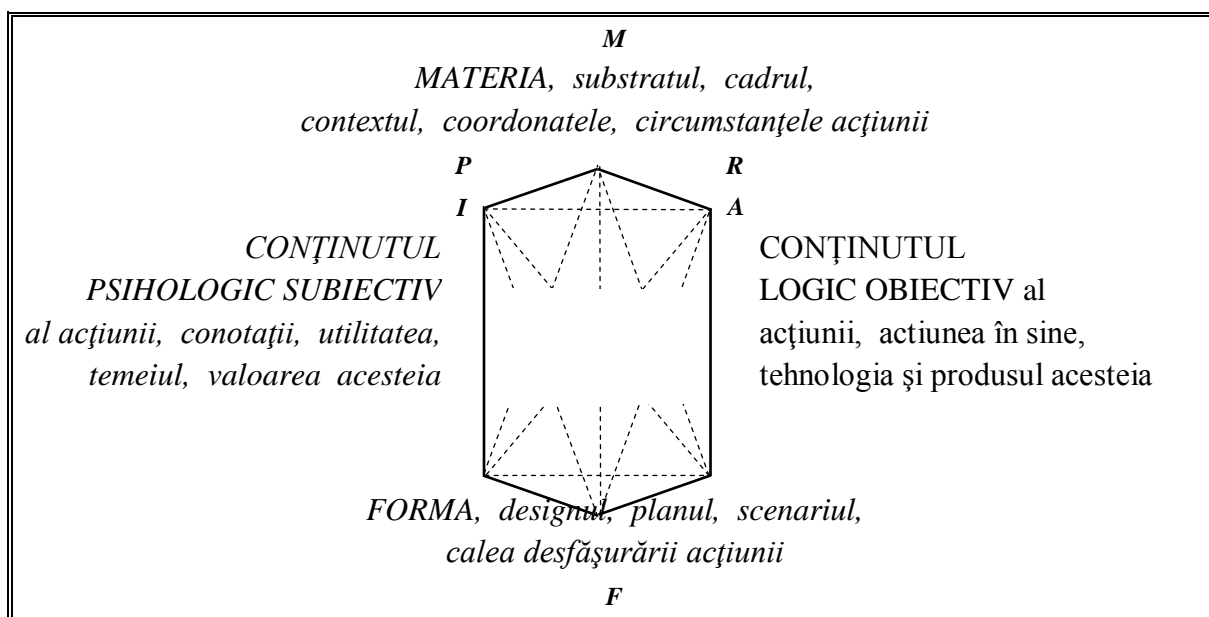


Fig. 1 Hexada situațională a acțiunii umane, ca paradigmă în analiza noțiunilor cosmoidale

De remarcat sunt particularitățile categoriilor logice complexe, care incumbă acțiuni, la rândul lor complexe și multidimensionale, cărora, în viziunea creatorului schemei logice și teoreticianului Petru Ioan<sup>2</sup>, li se poate aplica în mod exemplar hexada analizei situaționale. Aceste categorii permit, de asemenea, etalarea clară și practică a virtuților modelului. Principala caracteristică a lor este extensiunea nedeterminată sau chiar indeterminabilă, de aici conotația specifică a acestor categorii de vagi/fuzzy/inexacte. În plus, stabilirea denotației permite aprecierea și alegerea subiectivă, un argument fiind că, deși închid în ele o lume teoretică ordonată și riguros precizată, un univers sistematizat de alte noțiuni/nume complexe și/sau simple și care, la rândul lor, conțin alte noțiuni și tot așa, de unde denumirea conceptelor analizate de *cosmoidale*, fac referire prtn extensiunea lor la situații posibile.

Paradigma de logică a acțiunii presupune, într-o primă fază, descompunerea conceptelor supuse analizei în alte concepte/noțiuni, înțelese ca factori sau funcții sau relații, ce țin de elementele componente ale actelor/activităților specifice și care se constituie în poli sau vârfurile hexagonului. Prin jocul antrenării și/sau al ignorării celor șase poli, în fiecare hexagon al acțiunii determinate mai intervin încă 63 de combinații, ce exprimă tot atâtea forme verticale (tipuri/situații) ale conceptului analizat. Trecerea lor în revistă (mai exact: efortul de a le repera în fluxul nesfârșit de situații acționale mai mult sau mai puțin reflectate) exprimă una din virtuțile modelului.<sup>3</sup>

<sup>2</sup>A se vedea Ioan, Petru, *Educație și creație în perspectiva unei logici „situaționale“ („Preambul“)*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995, pp. 5-12

<sup>3</sup>Idem

Intrăm astfel într-o a doua fază a analizei logice de tip situațional ce presupune recompunerea conceptelor cosmoidale din variabilele constitutive (*concepte - argument* sau *concepte - factor*) identificate, în vederea (re)-găsirii și (re)-interpretării unor raporturi și semnificații, noi sau deja abordate într-o viziune diferită, atât la nivel formal, cât și în plan concret.<sup>4</sup>

Remarcabil pentru modelul folosit este și centrarea sa pe termenul „situațional”, înțeles ca totalitatea condițiilor, determinărilor și parametrilor ce determină și caracterizează o acțiune întreprinsă de un agent la un moment dat. În extensiunea acestui concept se includ totalitatea instrumentelor și mijloacelor de care dispune agentul, modalitățile și metodele de utilizare a acestora. Se acceptă, de asemenea, și o latură obiectivă, respectiv mulțimea condițiilor și parametrilor asupra cărora agentul deține un control și îi influențează în sensul dorit și o latură subiectivă, constând în mulțimea condițiilor și parametrilor pe care agentul nu le poate influența, dar și prezența unor cunoștințe, atitudini, aspirații, valori și convingeri specifice fiecărui agent.<sup>5</sup>

Virtuțile utilizării schemei logice derivă din posibilitățile de interpretare pe care le deschide și care permit aplicarea sa în domenii ca lingvistica, psihologia, fizica, matematica, biologia, științele sociale.<sup>6</sup> În esență, explicațiile acestui potențial țin se diversitatea orizonturilor/perspectivelor de analiză pe care le permit relativa indeterminare a polilor și convertibilitatea acestora, ceea ce face posibile aplicații ale schemei „situaționale” la tipuri, moduri și forme ale acțiunii și structurii acesteia dintre cele mai diverse.

Se deschid, deci, posibilități de valorificare interdisciplinară a paradigmei acționale de tip situațional în câmpul științelor economice. În acest context se înscrie demersul nostru de transpunere a paradigmei acționale pe conceptul *concurenței economice*, cu precizarea că nu ne-am propus explicarea, argumentarea și confruntarea diverselor teorii și accepțiuni ale conceptului, ci înțelegerea sa și construirea unei perspective noi prin prisma logicii acțiunii.

Să observăm, mai întâi, suprapunerea excelentă a conceptului *concurenței economice* peste obiectul central al analizei de logică a acțiunii pe baza hexadei situaționale, respectiv conceptele cosmoidale, acționale, de tip fuzzy. Astfel, dincolo de existența mai multor concepții și de diferențele de înțelegere a concurenței<sup>7</sup>, este de reținut în contextul demersului nostru locul central al acțiunii agenților economici, materializată prin lupta permanentă între ofertanții sau chiar între consumatorii de produse/servicii omogene sau substituibile pentru atragerea aceluiași consumator (concurența directă și concurența indirectă), respectiv pentru obținerea de produse/servicii; acțiunea specifică poate fi materializată chiar prin tensiunile, până la confruntarea dintre o anumită firmă și furnizorii săi, dintre firmă și clienți și chiar dintre firmă și factori/entități non-economice, precum cei politici, sociali sau media.

Caracterul acțional al concurenței este susținut și de activitățile interne firmei generate de relațiile de adversitate cu ceilalți. Aceste activități, traduse prin măsuri, fapte, transformări, deci acțiuni, se constituie ca o primă variabilă care circumscrie firma logicii acțiunii (variabila

<sup>4</sup>Ioan, Petru, *Avataruri ale unei noi paradigme. Educație și creație în perspectiva logicii de tip „situațional”*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2010, p. 677

<sup>5</sup>Popa, C., *Teoria acțiunii și logica formală*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1984, p. 33

<sup>6</sup>A se vedea Ioan, Petru, *Avataruri ale unei noi paradigme. Educație și creație în perspectiva logicii de tip „situațional”*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2010, pp. 675-698

<sup>7</sup>Moșteanu, T., Purcărea, T., *Concurența. Ghidul afacerilor performante*, Editura Economică, București, f.a., pp. 53-86

*forme/modalităților/strategiei*). Prezența celorlalte variabile poate fi pusă în lumină prin analiza obiectivelor concurenței, menționate și sintetizate în literatura de specialitate<sup>8</sup>. Astfel, există concurență economică dacă consumatorul poate alege între mai multe alternative (variabila *inspiratorului/beneficiarului*) și poate astfel să aleagă alternativa cea mai convenabilă preferințelor sale (variabila *conținutului subiectiv*), concurența exprimă comportamentul specific interesat al tuturor subiecților de proprietate, comportament care se realizează în mod diferit, în funcție de cadrul (mediul) concurențial și particularitățile diverselor piețe (variabila *materia/contextul*), concurența asigură producătorilor prețurile și profiturile așteptate, iar consumatorilor satisfacerea nevoilor (variabila rezultatelor/conținutul obiectiv), concurența are loc atunci când există libertatea de a pătrunde pe o piață și, când, în același timp, pe acea piață există mai mulți vânzători alternativi (variabila *agentului*).<sup>9</sup>

Odată identificate corespondențele între schema logică și conținutul conceptual al concurenței economice, odată făcute legăturile în interpretare, s-a putut apoi, într-o a doua etapă, concepe și genera hexada situațională de analiză a conceptului de concurență economică, reprezentată în fig. 1.

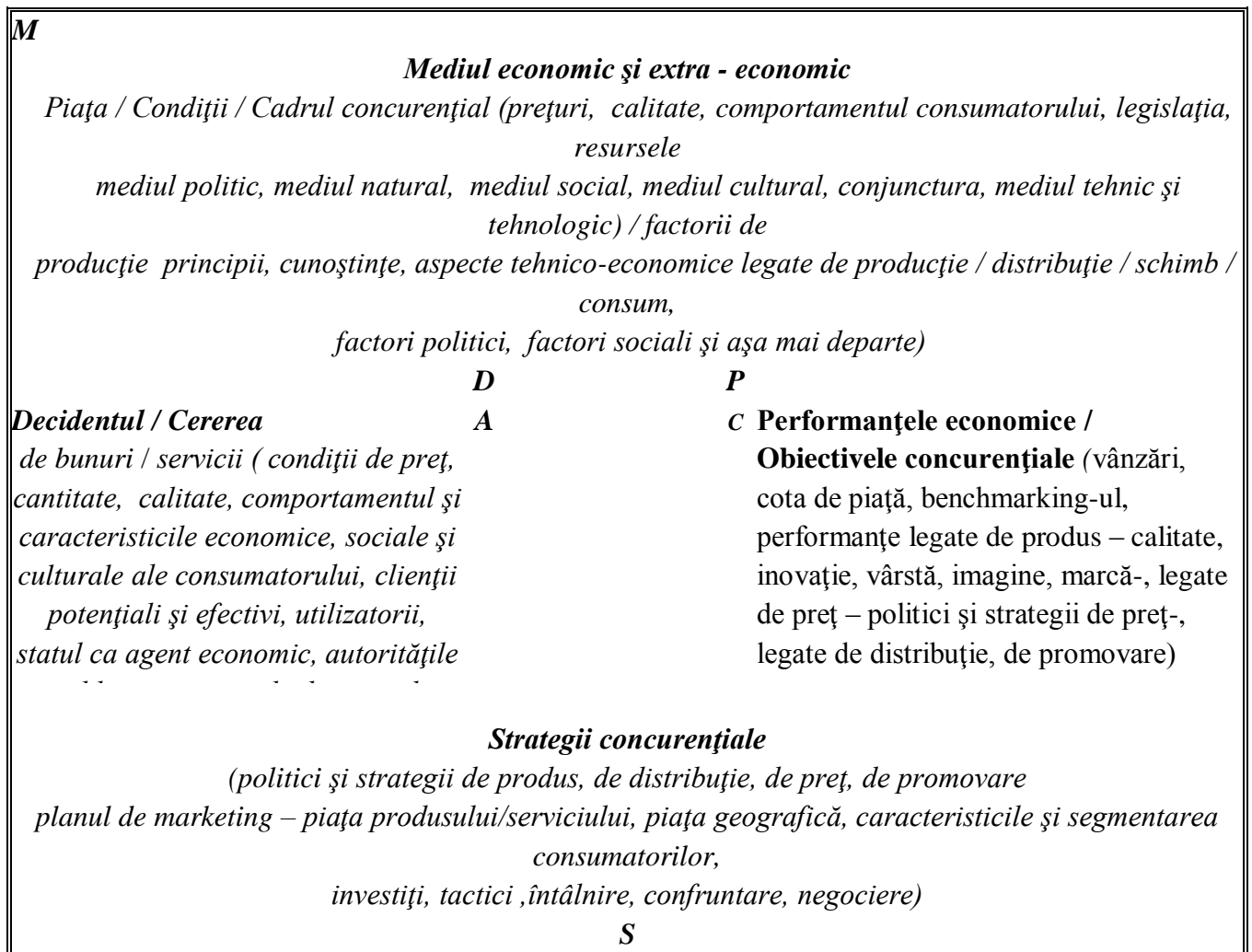


Fig. 2 - Hexagonul acțional – situațional al conceptului de „ concurență economică“

<sup>8</sup> Idem, pp.88-90

<sup>9</sup> Idem, p. 88

Conform paradigmei acționale, această etapă înseamnă des-compunerea conceptului de *concurență economică* în componentele fundamentale care dau sens concurenței și care formează coordonatele/vârfurile reprezentării. Acestea, la rândul lor, sunt concepte și chiar categorii economice esențiale în științele economice. Apare aici, în perspectiva înțelegerii, ordonării și interpretării, o altă virtute a modelului logic. Dacă aceste coordonate sunt privite ca termeni de sine stătători, ei pot deveni fiecare obiectul unei analize acționale de tip situațional separate, mergându-se pe aceeași pași în interdependențe și interpretări tot mai diverse.

Se continuă cu etapa re-compunerii conceptului în atenție, în care analiza logică pleacă de la interpretarea conceptului, respectiv *concurența economică*, vizualizat în figură ca fiind amplasat în centrul hexagonului, din perspectivă acțională, ca o acțiune în sine, ale cărei sensuri ar putea fi surprinse fie prin acțiunile/manifestările/activitățile/măsurile agentului economic al căror scop comun și ultim este cel de impunere, de dominare în rivalitatea cu ceilalți actori de pe piață, în orice formă a acestora, de ofertanți de produse omogene sau substituibile, de consumatori/clienti, de furnizori, de entități politice, sociale, culturale sau media, fie ca o formă activă a liberei inițiative a agentului economic din economia de piață de a-și stabili și urmări propriile interese, între care maximizarea profitului și atragerea de cât mai mulți clienți joacă rolul central. În plus, concurența poate fi înțeleasă ca un act de exteriorizare a aspirațiilor individului, în planul socio-economic spre un trai mai bun, spre împlinirea unor determinisme ontologice legate de modul de raportare la ceilalți, la mediu, la societate.

Urmează în analiză re-interpretarea fiecărei coordonate, ea însăși un concept complex, denumită monadă a acțiunii în discuție. Se obțin șase sub-modele monadice care capătă o interpretare duală, acțional-economică. Polul *C* reprezintă actantul, inițiatorul acțiunii concurențiale, respectiv agentul economic la care motivațiile și interesele economice, psihologice, culturale sau de altă natură, personale sau de grup, se transformă în acte ce țin de sfera economică, în particular de relaționarea clienții, ceilalți competitori și alți actori de pe piață. Polul *D* semnifică evaluarea acțiunilor concurențiale de entități din afara agentului economic, de unde caracterul subiectiv al evaluării; ține de sancționarea și controlarea rezultatelor comportamentului competițional, dar și de dezvoltarea unor parametri impuși și norme socio-economice, tehnice, morale sau de altă natură; actorii acestui pol acționează pe baza unor mecanisme și determinări ce pot scăpa voinței și controlului agentului economic. Am exemplificat interpretarea acțional-economică a două monade, însă discuția poate continua în mod asemănător și pentru celelalte patru.

Cele 15 moduri de a combina două câte două variabilele schemei hexadice ne conduc la tot atâtea forme „verticale” de acțiune concurențială, constituindu-se în contextul demersului de față în sub-modele diadice, ale căror interpretări, printre altele, se pot contura astfel:

- axa *CP* simbolizează competiția/întrecerea agentului cu sine însuși, cu propriile obiective, planificări, previziuni, realizări; se face referire la aspirația firească pentru individ și firmă la progress, dezvoltare, spre condiții economice și de viață mai bune; este axa luptei pentru împlinire, autodepășire;

- axa *CM* poate fi interpretată ca o piață puternic reglementată legislativ în care variabilele concurențiale se leagă de respectarea prevederilor legale (sectorul chimic, exploatații forestiere, exploatații miniere);
- axa *CD* semnifică rolul hotărâtor al decidentului, fie el și arbitru sau reglementator; cererea, prin caracteristicile sale, dictează ofertei, iar variabilele competiției sunt generate de aceste caracteristici; este cazul concurenței de tip monopson sau duopson specifică sectoarelor strategice dintr-o economie (armament, cercetare științifică, energie, sănătate, servicii cultural, educație); intră aici și piața produselor/serviciilor la comandă;
- axa *CA* reprezintă concurența de pe o piață liberă, între firme mici și persoane fizice sau între persoane fizice (de tip agricol, servicii turistice, de cazare, agroturism, vânzările-cumpărările dintre persoane fizice, piața anunțurilor din ziar, piața produselor second-hand);
- axa *CS* a concurenței interne a agentului de a concepe și aplica activitățile și măsurile optime în raport cu obiectivele sale concurențiale; este o analiză și o întrecere între variante, proiecte, decizii care să conducă, în cele din urmă, la poziționarea competițională optimă; există strategii, instrumente, soluții din a căror „confruntare” va „câștiga” cea mai bună;
- axa *PM* poate fi tradusă prin confruntarea, de multe ori chiar raporturi contradictorii, dintre contextul și condiționările mediului, cum ar fi prevederi legale, probleme tehnice, tradiții și interesele sau obiectivele economic-concurențiale ale operatorilor potențiali; mai grav, mediul poate impune performanțe greu de atins; contradicția apare astfel între diversitatea, precizia și complexitatea normelor și influențelor exogene, pe de-o parte și eforturile, eficiența și aspirațiile concurențiale ale operatorilor;
- axa *PD* este asimilabilă tensiunii dintre caracteristicile cererii și condiționările impuse de decidenți, sub forma standardelor, niveluri de indicatori economico-financiari, calitate și obiectivele concurenților; atunci când tendințele celor două coordonate sunt opuse, din motive strategice, de costuri, de eficiență, apare o luptă între cele două părți pentru a-și impune propria variantă;
- axa *PS* poate simboliza o problemă între ceea ce-și propune firma și ce realizează efectiv, deci, între programat/previzionat/planificat și realizat în mod real, între ceea ce îi permit mijloacele, strategiile și elementele concrete ale luptei concurențiale, pe de-o parte și nivelurile optime, planificate și dorite; se poate privi ca o încercare permanentă de depășire a limitelor strategiilor pentru a ridica performanțele.

Dacă re-compunerea ia în considerare doar trei poli ai hexadei se obțin triade acționale ale concurenței, formând alte 20 de sub-modele triadice, ale căror interpretări pot fi exemplificate astfel:

- triada *CMD* poate semnifica o piață puternic reglementată, cu condiționări diverse sau o conjunctură economică și/sau extra-economică cu impact important, în care decidentul/cererea are un rol decisiv din punct de vedere concurențial ; este cazul lucrărilor publice al ofertelor publice, mai ales al celor de mare amploare și



complexitate sau piața sectoarelor/produselor strategice în care reglementările de mediu, tehnice, de igienă capătă locul central în concurență; se pot6 invoca, de asemenea, exploataările de minereuri, domeniul energiei nucleare sau eoliene, construcția de autostrăzi ;

- triada *ADM* sugerează întrecerea de la nivelul beneficiarilor luptei concurențiale propriu-zise dintre competitorii- actanți, întrecere justificată prin interesul de a obține maximizarea avantajelor, satisfacerea superioară a cererii, într-un context dat ; consumatorii, chiar firmele înseși ca beneficiari, analizează variantele avantajelor pe care le pot obține și, ulterior, se luptă, prin manifestarea și caracteristicile cererii, pentru a le obține efectiv ; este o concurență internă consumatorului rațional/agentului economic ce apare la culegerea informațiilor, analiza, evaluarea și luarea deciziilor referitoare la optimizarea avantajelor.

Prin combinarea în interpretare a patru variabile acționale, se obțin sub-modele acțional- concurențiale tetradice. În număr de 15, acestea se apropie mai mult de situațiile reale, ca în cazurile următoare :

- patrulaterul *CPDA* a cărui semnificație se apropie de concurența ilegală sau cea neloială deoarece nu se respectă contextul, coordonatele mediului sunt neglijate iar căile de purtare a rivalităților economice sunt de natură non-economică; intră aici piața produselor de artizanat, produselor de tip suveniruri, piața serviciilor de meșteșuguri ; tot aici s-ar putea înscrie și piața produselor/serviciilor la comandă (mobilă, îmbrăcăminte, servicii de consultanță) ;
- patrulaterul *MDAC* indică lipsa performanțelor și strategiilor concurențiale ale competitorilor, situație asimilabilă piețelor cu carteluri sau trusturi formate între ofertanți sau asimilabilă piețelor de monopol, duopol sau oligopol, cum ar fi serviciile locale publice
- patrulaterul *MACS* reprezintă concurența specifică pieței comercializării bunurilor/serviciilor de larg consum, de strictă necesitate (comerțul în magazine mici sau medii universale), aflate în faza de maturitate sau de declin, pentru care cererea este relativ constantă și își păstrează relativ aceleași caracteristici, de aici prezența unor performanțe concurențiale și, mai ales, marja lor de îmbunătățire, se reduc până la niveluri ne semnificative.

Urmează cele 6 re-compuneri ale acțiunii concurențiale obținute prin implicarea a câte 5 parametri ai hexadei situaționale, pe baza lor putându-se contura interpretări pe care le considerăm tot mai realiste, precum:

- pentada *PMDAS* reflectă lipsa competitorilor și poate fi asociată unei concurențe potențiale, ce s-ar putea materializa în urma unor oferte/licitații/proiecte publice, în cele mai multe cazuri ; prin caietul de sarcini se stabilesc nivelurile celorlalte cinci variabile, urmând ca, agenții economici interesați să accepte oferta, angajându-se astfel într-o întrecere între ei pentru a câștiga proiectul, fie să se retragă, nematerializând astfel concurența ;
- pentada *CPMDS* poate fi înțeleasă ca piața de monopson în care, dacă nu apare niciun cumpărător/client lupta concurențială își pierde sensul, nici măcar agenții competitori nu mai beneficiază de niciun avantaj; de exemplu, domeniile strategice

(armament, cercetare în medicină sau cercetare fundamentală), în care există ofertă, producători și competitori, dar lipsesc (sau sunt mai greu de găsit) clienții; mai exact, cazul micilor firme sau întreprinzători individuali, precum liberii profesioniști, care, deși rivalizează între ele, nu-și găsesc clienți sau nu obțin comenzi; de asemenea, cazul piețelor produselor foarte specializate sau foarte inovatoare care se află în faza de lansare;

- pentada *CPDAS* ne conduce spre piețele total nereglementate, cu minim de condiționări legislative sau de altă natură, cum ar fi piața serviciilor bancare de tip off-shore, piața serviciilor de cazare oferite de persoanele fizice ; cel mai potrivit exemplu este concurența de pe piața produselor/serviciilor ilegale (prostituție, droguri, arme), chiar concurența nelocală, în anumite cazuri;
- pentada *CPMDA* înseamnă lipsa strategiilor și a politicilor concurențiale specifică concurenței de pe piețele de tip monopol sau duopol; este cazul serviciilor/lucrărilor/produselor publice (serviciile locale de salubritate sau furnizarea de apă potabilă); aici intră și produsele/serviciile foarte specializate pentru care există drepturi de exclusivitate (servicii de cercetare, autorizare, producția de energie eoliană sau nucleară) ;
- pentada *CMDAS* se poate referi la concurența dintre micile afaceri, de pe piețele produselor de mică valoare, cum ar fi produsele de larg consum de uz obișnuit, aflate în faza de maturitate, eventual de declin ; se apropie cel mai mult de concurența perfectă deoarece variabilele concurențiale se înscriu cel mai bine în cerințele teoretice ale acesteia ;
- pentada *CPMAS* indică lipsa influenței cererii în lupta concurențială ; este cazul piețelor monopoliste, dar exclusiviste, cum ar fi mărcile de lux sau piețele serviciilor medicale foarte complexe și scumpe (transplanturi, boli letale) sau segmentele de piață fidelizate pe care cererea rămâne relativ constantă pentru produs/marcă/producător ; se poate face apropierea și de concurența specifică domeniilor/serviciilor/produselor noi, inovatoare.

Re-compunerea conceptului, prin re-interpretarea sa logico-acțională, se încheie cu re-asocierea simultană a celor șase factori-relații, cu rol de sub-concepte componente, după trecerile interpretative anterioare. Astfel, concurența ne apare ca o acțiune umană, efectuată, deci, de anumite persoane sub o anumită formă, respectiv agenți economici, în mod conștient și cu un scop, sub forma performanțelor/obiectivelor economice, mai exact, îmbunătățirea lor, esențial fiind atragerea clientelei, prin intermediul anumitor mijloace/instrumente specifice, respectiv strategii, politici, acțiuni care capătă o anumită valoare, fie ea și subiectivă, prin intermediul decidenților/consumatorilor, al pieței, în general, al cărei obiect poate fi produsul/oferta, caracteristicile modalităților de satisfacere a cererii, deci a consumatorilor, sau chiar agentul economic însuși, în calitate de beneficiari, acțiune care se desfășoară în anumite condiții, respectiv mediul/contextul economic și extra-economic.

În cazul conceptelor care, în raport cu caracteristicile elementelor concrete din extensiunea lor, respectiv, în raport cu materializarea în realitate, îmbracă mai multe forme, hexada acțional-situațională permite ordonarea și re-interpretarea acestor tipuri după



variabilele modelului, în funcție de apropierea de sens între un anume tip și o anume coordonată. Se obține astfel hexada formelor majore de concurență, ca în fig. 3.

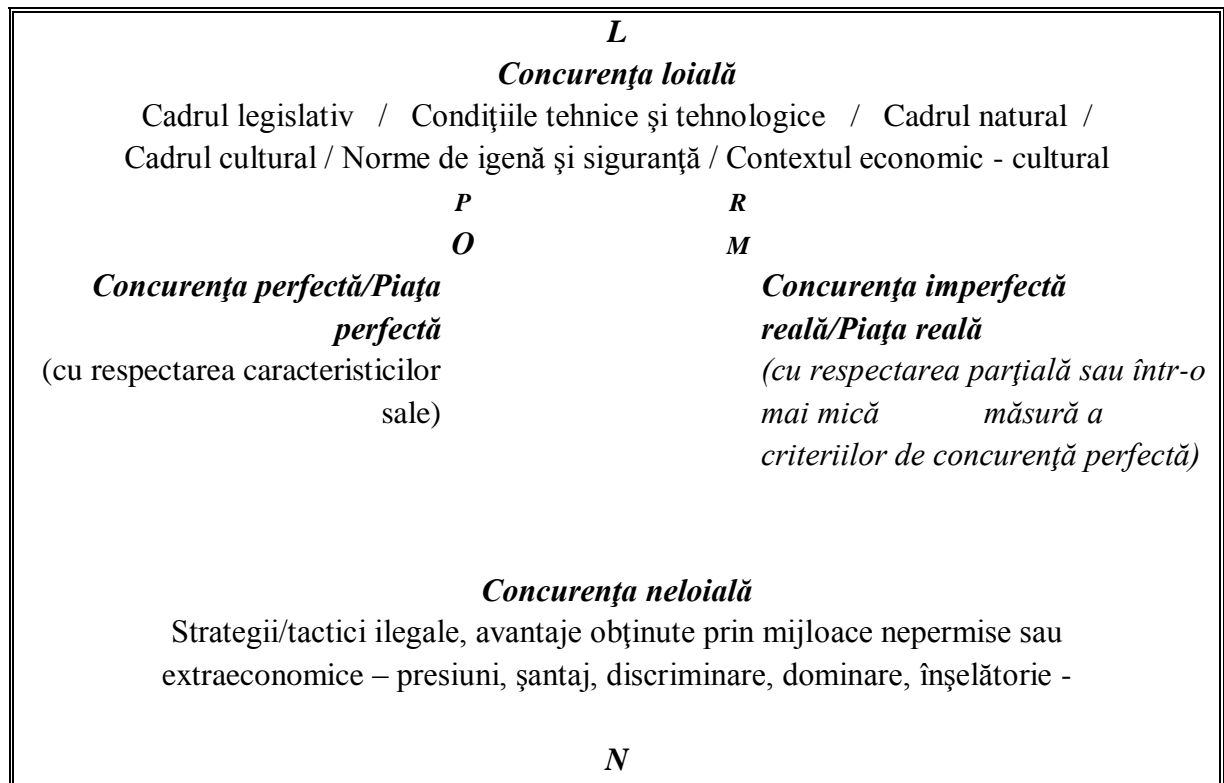


Fig. 3 - Sextuplul tipurilor de concurență generat pe modelul hexadei acționale după caracteristicile predominante ale variabilelor de pe o anume piață

Exemplificăm ca interpretare pe sub-modele diadice și triadice, respectiv:

- axa *PR* teoretico-practică a concurenței, conducând la ideea unei tensiuni, unei contradicții între ideal și praxis;
- axa puterii *MO*, deoarece indică confruntarea fundamentală de pe orice piață dintre ofertanți și cumpărători, este o concurență pentru impunerea propriilor soluții, pentru obținerea poziției celei mai avantajoase; limitarea opțiunilor celeilalte părți generează în relațiile de pe piață puterea de a-ți impune condițiile;
- axa legalității *NL* care sugerează confruntarea dintre relațiile concurențiale duse într-un cadru legal, cu respectarea condițiilor impuse de context și relațiile concurențiale purtate prin nerespectarea cadrului legal;
- triunghiul concurenței benefice, pozitive *PLR* care generează progresul, creșterea și dezvoltarea economică, socială și tehnologică a societății în general, conduce la satisfacerea superioară a nevoilor consumatorilor;
- triunghiul concurenței nesănătoase, negative *MON* care, deși creează avantaje majore uneia dintre părți, împiedică activitatea celorlalți actori, generează dezechilibre grave pe ansamblul pieței, atrage costuri suplimentare pentru societate și pune problem pe mai multe planuri.

În urma aplicării modelului logic hexadic acțional în analiza conceptului economic discutat, din observațiile și interpretările formulate, concluziile demersului nostru ar putea fi gândite pe mai multe direcții. O primă idee se referă la virtuțile de sistematizare, de ordonare, ca rezultat al unui șir de alte operații, precum specificarea (respectiv determinarea), generalizarea (sau extinderea), diviziunea și clasificarea pe care le-am folosit pe baza instrumentului prezentat și prin care am pus în evidență și am interpretat diversele fațete ale concurenței. Mai mult, rezultatul concret, respectiv forme ale concurenței, accentuează raporturile și interdependențele, din perspectivă economică, dintre cele șase variabile-factori și, prin exemplificările asociate, explică și oferă direcții de investigare ulterioară a influențelor și problemelor de pe diversele piețe reale.

O a doua direcție se leagă de regândirea critică a unor teorii și practici cu referire la concurența economică, având ca rezultat identificarea unor deficiențe în acțiunea umană, în perspective luptei concurențiale, traduse, într-un final, în ineficiență în atingerea obiectivelor și performanțelor concurențiale; de asemenea, identificarea surselor de pierderi de eficiență.

Se poate sublinia, ca o a treia concluzie, că aplicarea paradigmei situaționale hexadice pe conceptul *concurenței economice* ne-a permis să dezvoltăm o sistematizare a formelor patologice ale piețelor, prin evidențierea formelor incomplete, disfuncționale ale situațiilor concurențiale. Prin interpretarea submodelelor obținute pe baza variabilelor – factor, se pot înțelege mai ușor cauzele și efectele lipsei sau neintegrării eficiente a uneia sau mai multor componente.

Menționăm, de asemenea, că această lucrare a fost publicată cu sprijinul financiar al proiectului „Sistem integrat de îmbunătățire a calității cercetării doctorale și postdoctorale din România și de promovare a rolului științei în societate”, POSDRU/159/1.5/S/133652, finanțat prin Fondul Social European, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013.

#### **BIBLIOGRAFIE :**

- Kotarbinski, T., *Tratat despre lucrul bine făcut*, Editura Politică, București, 1976;
- Ioan, P., *Educație și creație în perspectiva unei logici „situaționale”*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995;
- Ioan, P., *Avataruri ale unei noi paradigmă. Educație și creație în perspectiva logicii de tip situațional*, Editura Universității „Al. I. Cuza”, Iași, 2010;
- Moșteanu, T., Purcărea, T., *Concurența. Ghidul afacerilor performante*, Editura Economică, București, f.a.;
- Popa, C., *Teoria acțiunii și logica formală*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 198