

Cuprins

Introducere	7
1. Opțiune individuală versus opțiune colectivă	11
1.1 Alternative, preferințe și alegeri individuale	11
1.2 „Homo oeconomicus” și „homo politicus”	16
1.3 Individualismul metodologic și teoria opțiunilor publice.....	19
1.4 Agregarea preferințelor individuale	21
1.4.1 Teorema imposibilității a lui Arrow	23
1.5 Acțiune individuală, acțiune voluntară cooperantă, acțiune colectivă	25
1.6 Regulile de votare.....	27
1.6.1 Regula unanimității.....	28
1.6.2 Regula majorității	31
1.6.2.1 Modelul alegătorului median	32
1.6.2.2 Trocul politic (logrolling).....	37
2. Economia publică și teoria opțiunilor publice	39
2.1 Motivația alegerilor colective. Rolul guvernului	39
2.2 Bunurile publice pure, impure și bunurile private furnizate public.....	44
2.2.1 Deciziile publice – o categorie aparte de bunuri publice.....	49
2.3 Reflecții privind alocarea Pareto-eficientă a bunurilor publice	50
2.4 Economia bunăstării în viziunea lui Amartya Sen.	52
2.4.1 Amartya Sen și economia bunăstării	52
2.4.2 O altă viziune asupra dezvoltării	54
2.5 Un indicator agregat al politicilor sociale: Indicele Dezvoltării Umane (IDU)	56
3. Piața politică. Considerații privind unele fenomene și tendințe	59
3.1 Modelul lui Downs. Câteva repere actuale	59
3.1.1 De la Joseph Schumpeter la Anthony Downs	60
3.1.2 Comparație între alegerile individului pe piața bunurilor și serviciilor și pe piața politică	67
3.1.3 Piața politică în România contemporană	70
3.1.4 Doctrinile și programele politice ale partidelor	72
3.1.5 Cetățenii, purtătorii cererii de bunuri și servicii publice.....	75
3.2 Competiția politică versus concurența pe piața bunurilor și serviciilor	80
3.3 Fenomenul de rent-seeking	90
3.3.1 Fenomene de rent-seeking în România anilor '90	96
3.3.2 Rent-seeking-ul în România actuală	99
3.4 Corupția și grupurile de interese.....	100
3.4.1 Grupurile de interese în lume	101
3.4.2 Grupuri de presiune legale și ilegale.....	103

3.4.3	<i>Interesul de grup versus interesul public</i>	104
3.4.4	<i>Corupția și grupurile de interese</i>	106
3.4.4.1	<i>Efectele mării corupții</i>	111
3.4.4.2	<i>Corupția politică din lume și din România în viziunea organizațiilor internaționale</i>	112
3.4.5	<i>Concluzii privind corupția și grupurile de interese din România</i>	122
3.5	<i>Unele aspecte ale interferenței dintre ciclul de afaceri și cel politic</i>	123
3.5.1	<i>Strategia politică a firmei</i>	126
3.5.2	<i>Activitatea politică a firmelor. O analiză comparativă</i>	128
3.5.2.1	<i>Activitatea politică a firmelor în SUA</i>	131
3.5.2.2	<i>Activitatea politică a firmelor în Rusia</i>	141
3.5.2.3	<i>Activitatea politică a firmelor în China</i>	145
3.5.2.4	<i>Activitatea politică a firmelor în România</i>	152
3.5.3	<i>Concluzii privind activitatea politică corporativă</i>	156
3.6	<i>Cartelarea pieței politice. Logrolling-ul</i>	157
3.6.1	<i>Eficiența sistemului democratic bazat pe regula majorității, cu accent asupra logrolling-ului</i>	161
3.6.2	<i>O abordare a logrolling-ului prin prisma teoriei jocurilor</i>	165
3.6.3	<i>Situații concrete în care se aplică logrolling-ul</i>	167
3.6.4	<i>Concluzii cu privire la cartelarea pieței politice</i>	173
3.7	<i>Comunicare și imagine pe piața politică. Marketing politic</i>	174
3.8	<i>Asimetria informațională pe piața politică</i>	185
3.8.1	<i>Asimetria informațională – un transfer conceptual</i>	186
3.8.2	<i>Factori care generează asimetrie informațională</i>	188
3.8.2.1	<i>Contribuția politicienilor la crearea asimetriei informaționale pe piața politică</i>	188
3.8.2.2	<i>Contribuția cetățenilor la crearea asimetriei informaționale pe piața politică</i>	190
3.8.3	<i>Consecințe ale asimetriei informaționale pe piața politică</i>	191
3.8.4	<i>Câteva testări empirice</i>	192
3.8.5	<i>Concluzii privind asimetria informațională pe piața politică</i>	201
3.9	<i>Manipularea electorală – instrument de influențare a electorului</i>	202
4.	<i>Încercări de evaluare statistică a pieței politice din România</i>	207
4.1	<i>Comparație între veniturile celor două grupe de respondenți</i>	207
4.2	<i>Înclinație spre stânga sau spre dreapta a respondenților din cele două grupe</i>	209
4.3	<i>Câteva interpretări ale rezultatelor</i>	225
	Concluzii	229
	Bibliografie	235
	Summary	249
	Contents	253