

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	XI
Verzeichnis der Beispiele	XIII
Definition der Variablen	XIV
Abkürzungsverzeichnis.....	XV
Einführung	1
 KAPITEL I Haushaltstheorie	 5
Einleitung	7
1 Bestimmung des Haushaltsoptimums	7
1.1 Budgetrestriktion und Budgetgleichung	7
1.2 Budgetgerade	8
1.3 Nutzen und Nutzenfunktion.....	10
1.4 Erstes Gossensches Gesetz.....	11
1.5 Die Nutzenkurve.....	12
1.6 Die Indifferenzkurve.....	13
1.7 Grenzrate der (subjektiven) Substitution	15
1.8 Abnehmende Grenzrate der Substitution	17
1.9 Das Haushaltsoptimum	18
1.10 Die Lagrange-Funktion.....	20
1.11 Zweites Gossensches Gesetz.....	25
2 Bestimmung der Nachfrage	26
2.1 Die Nachfragefunktion	26
2.2 Die Nachfragekurve.....	27
2.3 Einkommens- und Substitutionseffekt.....	30
2.4 Slutsky-Zerlegung.....	30
2.5 Giffen-Paradox.....	33
2.6 Superiore und inferiore Güter	34
2.7 Elastizitäten.....	37
2.8 Einkommenselastizität der Nachfrage	39
2.9 Preiselastizität der Nachfrage	40
2.10 Kreuzpreiselastizität der Nachfrage	44
2.11 Nachfrageinterdependenzen.....	45

Kapitel II Unternehmenstheorie	47
Einleitung	49
1 Die Produktionsfunktion	50
1.1 Faktorallokation und Faktorvariation.....	50
1.2 Grenz- und Durchschnittsertrag	52
1.3 Das klassische Ertragsgesetz.....	54
1.4 Der Grenzertrag im klassischen Ertragsgesetz.....	54
1.5 Der Durchschnittsertrag im klassischen Ertragsgesetz	56
1.6 Die neoklassische Ertragskurve	58
1.7 Probleme des neoklassischen Ertragsgesetzes	60
1.8 Lineare Ertragskurve.....	62
1.9 Die neoklassische Produktionsfunktion.....	65
1.10 Grenz- und Durchschnittsertrag der CD-Produktionsfunktion	66
1.11 Die Isoquante	68
1.12 Die Grenzrate der (technischen) Substitution	70
1.13 Totale Faktorvariation.....	72
1.14 Homogenitätsgrad und Skalenerträge	73
1.15 Konstante, steigende und sinkende Skalenerträge	74
1.16 Produktionselastizität.....	76
1.17 Leontief-Produktionsfunktion.....	79
1.18 Inputkoeffizienten.....	81
2 Die Kostenfunktion.....	83
2.1 Kostenarten	83
2.2 Die Verbrauchsfunktion.....	84
2.3 Kostenfunktion für das klassische Ertragsgesetz	86
2.4 Grenz- und Durchschnittskosten	87
2.5 Die Isokostenlinie	89
2.6 Die Minimalkostenkombination	91
2.7 Kostenminimum und Lagrange-Funktion.....	92
2.8 Expansionspfad einer Unternehmung	95
3 Gewinntheorie.....	97
3.1 Das Gewinnmaximum	97
3.2 Grenzproduktivitätstheorie und Faktornachfrage	101
3.3 Grenzproduktionstheorie der Verteilung	102
4 Angebotstheorie	106
4.1 Preis-Absatz-Funktion (PAF)	106
4.2 Die kurzfristige Angebotskurve	107
4.3 Betriebsoptimum und Betriebsminimum	109
4.4 Die langfristige Angebotskurve bei konstanten Skalenerträgen	112
4.5 Die langfristige Angebotskurve bei steigenden Skalenerträgen.....	114
4.6 Die langfristige Angebotskurve bei sinkenden Skalenerträgen	115

Kapitel III Markttheorie.....	117
Einleitung	119
1. Markteinteilung.....	120
1.1 Marktdimensionen: Anzahl der Marktteilnehmer	120
1.2 Marktdimensionen: Homogenitätsgrad	121
1.3 Marktformen	122
1.4 Marktphasen	124
2. Der vollkommene Markt.....	126
2.1 Die Aggregation eines Marktes.....	127
2.2 Das Marktgleichgewicht	129
2.3 Das Gesetz von Angebot und Nachfrage	131
2.4 Das Cobweb-Modell	132
2.5 Divergierender Markt	134
2.6 Statische und adaptive Erwartung.....	135
2.7 Veränderung des Marktgleichgewichts.....	136
2.8 Preiselastizität von Angebot und Nachfrage	139
2.9 Konsumenten- und Produzentenrente	141
2.10 Pareto-Optimalität und Edgeworth-Box.....	144
2.11 Kernallokation	145
3. Das Monopol.....	148
3.1 Erlös und Grenzerlös im Monopol.....	148
3.2 Das Monopolgleichgewicht	149
3.3 Der Monopolgrad.....	151
3.4 Amoroso-Robinson-Relation	151
3.5 Verlust an Konsumentenrente im Monopol.....	152
3.6 Preisdifferenzierung im Monopol	155
3.7 Das natürliche Monopol.....	156
3.8 Deregulierung und X-Ineffizienz	158
4. Heterogenes Polypol	159
4.1 Die doppelt geknickte PAF	159
4.2 Monopolistischer Wettbewerb	161
4.3 Die Tangentenlösung	162
5. Homogenes Oligopol	165
5.1 Die Marktform des Oligopols	165
5.2 Mengenanpassung im homogenen Oligopol.....	166
5.3 Marktführerschaft im homogenen Oligopol.....	169
5.4 Gemeinsame Gewinnmaximierung im homogenen Oligopol.....	172

6. Heterogenes Oligopol	174
6.1 Strategiegleichgewichte im heterogenen Oligopol	174
6.2 Die Gewinnmatrix.....	175
6.3 Dominantes Gleichgewicht im heterogenen Oligopol	176
6.4 Das Gefangenendilemma.....	178
6.5 Nash-Gleichgewicht im heterogenen Oligopol.....	181
6.6 Unbestimmtes Gleichgewicht und ruinöse Konkurrenz.....	182
6.7 Starre Preise im heterogenen Oligopol	184
Literaturhinweise	187