

Walter Kortmann

MikroÖkonomik

Anwendungsbezogene Grundlagen

Vierte, durchgesehene Auflage
mit 250 Abbildungen
sowie 100 Beispielen und Aufgaben
samt Lösungen

Physica-Verlag
Ein Unternehmen
von Springer

Inhaltsverzeichnis

Beispielverzeichnis.....	XIII
Empirikaverzeichnis.....	XIV
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis.....	XVI
O.Einleitung.....	1
1. Die Güternachfrage der Haushalte.....	11
1.1. Subjektive Konsumpräferenzen.....	12
1.2. Objektive Konsummöglichkeiten (Budgetbeschränkung).....	30
1.3. Optimaler Konsumplan und individuelle Güternachfrage.....	35
Exkurs zu Kapitel 1.3.: Offenbare Präferenzen.....	46
1.4. Arbeitsangebot des Haushalts.....	51
1.5. Aggregation und Marktnachfrage.....	57
1.5.1. Aggregation der einzelwirtschaftlichen Nachfragepläne	57
1.5.2. Engel'sche Nachfrage und Einkommenselastizität.....	59
1.5.3. Kreuznachfrage und Kreuzpreiselastizität.....	75
1.5.4. Marshall'sche Nachfrage und Eigenpreiselastizität.....	89
1.6. Externe Effekte zwischen den Nachfragern (Bezugsgruppeneffekte).....	122
1.6.1. Mitläufereffekt.....	122
1.6.2. Snob-Effekt.....	125
1.6.3. Kombinierte Wirkung.....	127
1.7. Wohlfahrtsaspekte des Konsums und der Nachfrage.....	129
1.7.1. Zahlungsbereitschaft und Nachfragervorteil (Konsumentenrente)	129
1.7.2. Kompensierende und äquivalente Variation.....	136

2. Das Güterangebot der Unternehmen.....	141
2.1. Technologische Produktionsbedingungen.....	141
2.1.1. Grundbegriffe.....	141
2.1.2. Einzelfaktorvariation und Faktorerträge.....	149
2.1.3. Skalenvariation und Skalenerträge.....	171
2.1.4. Isoquante Faktorvariation und Grenzrate der Faktorsubstitution.....	180
2.1.5. Mehrproduktunternehmen.....	200
2.2. Ökonomische Produktionsbedingungen (Kosten).....	207
2.2.1. Kostenbudget und Isokostengerade.....	208
2.2.2. Kostenminimierung.....	211
2.2.3. Langfristige versus kurzfristige Kosten.....	226
2.2.4. Gesamtkosten, Durchschnittskosten und Grenzkosten.....	248
2.2.5. Investitionen und kostenoptimale Betriebsgröße.....	279
2.3. Optimaler Produktionsplan und einzelwirtschaftliches Güterangebot	286
2.3.1. Gewinnmaximierende Ausbringungsmenge.....	287
2.3.2. Einzelwirtschaftliches Angebot und Angebotsfunktion.....	303
2.3.3. Langfristiges Angebot.....	318
2.4. Faktornachfrage.....	320
2.4.1. Gewinnmaximierende Faktoreinsatzmengen und Grenzproduktivitäts- bedingung.....	320
2.4.2. Faktorpreisabhängigkeit der Faktornachfrage.....	323
2.4.3. Faktornachfrage bei Kapazitäts- oder Absatzbeschränkungen.....	327
2.5. Aggregation und Marktangebot.....	330
2.6. Externe Effekte zwischen den Anbietern (Brancheneffekte).....	342
2.6.1. Faktorpreiseffekt.....	342
2.6.2. Technologische externe Effekte.....	344
2.7. Wohlfahrtsaspekte der Produktion und des Angebots.....	347
3. Die Preisbildung auf vollkommenen Märkten.....	351
3.1. Markt und Marktformen.....	351
3.1.1. Marktvollkommenheit.....	352
3.1.2. Besetzungsverhältnisse der Marktseiten.....	356
3.1.3. Die wichtigsten Marktformen im Überblick.....	357
3.1.4. Analytische Marktformenunterscheidung.....	361

3.2. Angebot, Nachfrage und Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz	364
3.2.1. Kurzfristiges Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage	364
3.2.2. Kurzfristige Wirkungen exogener Parameteränderungen auf das Marktgleichgewicht.....	382
3.2.3. Existenz, Eindeutigkeit und Stabilität von Marktgleichgewichten.....	394
3.2.4. Kurzfristige Wechselwirkung zwischen den einzelwirtschaftlichen Angeboten und dem Marktgleichgewicht.....	406
3.2.5. Langfristige Wechselwirkung und langfristiges Marktgleichgewicht	411
3.2.6. Wechselwirkungen zwischen Märkten.....	425
3.2.7. Wohlfahrtsaspekte des Marktes.....	436
3.2.8. Wirkungen staatlicher Markteingriffe.....	439
3.3. Angebotspolitik und Preisbildung im reinen Monopol	454
3.3.1. Angebots situation des Monopolisten.....	454
3.3.2. Erlös und Grenzerlös.....	458
3.3.3. Gewinnmaximierung.....	471
3.3.4. Wirkungen exogener Parameteränderungen.....	484
3.3.5. Vergleich des Marktergebnisses im reinen Monopol mit dem bei vollkommener Konkurrenz.....	486
4. Die Konkurrenz auf unvollkommenen Märkten.....	495
4.1. Angebotspolitik auf unvollkommenen Märkten	496
4.1.1. Angebotspolitische Instrumente und deren Wirkungen.....	496
4.1.2. Preisdifferenzierung.....	499
4.1.3. Analyse durchschnittskostenorientierter Preissetzung.....	507
4.1.4. Auswirkungen anderer Zielgrößen auf die Angebotspolitik	509
4.1.5. Berücksichtigung von Werbung in der Angebotspolitik.....	512
4.2. Monopolistische Konkurrenz	515
4.2.1. Charakterisierung der Marktform.....	515
4.2.2. Kurzfristiges Angebot.....	517
4.2.3. Langfristiges Gleichgewicht.....	519
4.3. Oligopolmärkte	523
4.3.1. Charakterisierung der Marktform.....	523
4.3.2 Homogene Oligopole.....	525
4.3.3. Heterogene Oligopole..... !	538

Anhänge

A. Aufgabenlösungen.....	545
A. 1. Lösungen zu den Aufgaben des ersten Hauptkapitels	545
A.2. Lösungen zu den Aufgaben des zweiten Hauptkapitels ..	559
A.3. Lösungen zu den Aufgaben des dritten Hauptkapitels ..	587
A.4. Lösungen zu den Aufgaben des vierten Hauptkapitels ...	605
F. Funktionenverzeichnis.....	607
L. Literaturverzeichnis.	610
M. Mathematischer Anhang.....	617
M.1. Einige algebraische Grundregeln	617
M.2. Funktionen und Umkehrfunktionen	620
M.3. Ableitungen und Differentialrechnung.....	624
M.4. Arten und Eigenschaften von Funktionen.....	629
M.4.1. Monotone Funktionen.....	629
M.4.2. Lineare Funktionen.....	630
M.4.3. Konvexe und konkave Funktionen	634
M.4.4. Homogene Funktionen und Euler'sches Theorem.....	635
M.5. Totales Differential, Satz über implizite Funktionen und Enveloppen-Theorem	637
M.5.1. Totales Differential.....	637
M.5.2. Satz über implizite Funktionen	640
M.5.3. Hüllkurven und Enveloppen-Theorem.....	644
M.6. Optimierung unter linearen Nebenbedingungen: Der Lagrange-Ansatz.....	648
M.7. Elastizitäten.....	653
M.8. Lineare Regression.....	662
S. Stichwortverzeichnis.....	667