

Horst Löchel

Mikroökonomik

Haushalte, Unternehmen, Märkte



Kapitel II Untemehmenstheorie.....	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 Tangentelösung.....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 Strategiegewichte 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