Opis

Najważniejsze koncepcje mikroekonomii

Mikroekonomia nie jest nauką dla osób o słabym sercu. Ale nie martw się! Ta książka pomoże Ci przebrnąć przez wszystkie jej tajemnice bez najmniejszych komplikacji. Wyjaśniamy w niej trudniejsze pojęcia i omawiamy mnóstwo przykładów z życia, by pomóc Ci lepiej zrozumieć, jak osoby takie jak Ty oraz zarządzający firmami wykorzystują mikroekonomię do analizy rynków od A do Z — nawet jeśli nie zdają sobie z tego sprawy.

W książce:

- Małe podmioty tworzą wielkie rynki
- Konsument to także Ty
- Firmy to centra decyzyjne
- Dobro społeczeństwa to także wartość
- Warto myśleć strategicznie

Dr Lynne Pepall jest wykładowcą ekonomii w Tuft University. Od 1987 roku naucza mikroekonomii na studiach magisterskich i podyplomowych.

Peter Antonioni jest starszym wykładowcą na wydziale nauk o zarządzaniu i innowacji w University College w Londynie i współautorem drugiego wydania *Ekonomii dla bystrzaków*.

Dr Manzur Rashid pracuje w New College of the Humanities, gdzie wykłada mikro- i makroekonomię.

Spis treści

O autorach (13)

Podziękowania od autorów (15)

Wstęp (17)

- O książce (18)
- Naiwne założenia (18)
- Ikony użyte w książce (19)
- Nie tylko książka (20)
- Co dalej (20)

CZĘŚĆ I: ZACZYNAMY PRZYGODĘ Z MIKROEKONOMIĄ (21)

Rozdział 1: Dlaczego mikroekonomia to wielka sprawa (23)

- Ekonomia cząstek elementarnych (24)

- Decyzje, decyzje i jeszcze raz decyzje! (25)
    - Jak różni uczestnicy rynku podejmują decyzje (26)
    - Gdy decyzje zaczynają tworzyć rynek (27)
- Problem konkurencji i kooperacji (29)
    - Dlaczego władze regulują konkurencję (30)
    - Przepisy antymonopolowe (31)
- Kiedy i dlaczego rynki mogą zawodzić (32)

Rozdział 2: Wybory konsumenta. Dlaczego ekonomiści uważają Cię za fascynującą osobę (33)

- Analiza użyteczności: dlaczego ludzie wybierają jedno, a nie drugie (34)
    - Poznajemy koncepcję użyteczności (34)
    - Dwie koncepcje użyteczności (35)
- Kim są agenci w modelach zachowań konsumentów (37)
    - Racjonalne działanie według ekonomistów: ujęcie matematyczne (37)
    - Na ile reprezentatywny jest nasz agent (38)
- Preferencje a obojętność (39)
    - Nie bądźmy obojętni wobec krzywych obojętności (40)
    - Dlaczego wolimy krzywe wypukłe (42)
    - Monotoniczność krzywej (44)
    - Słabsze strony modelu preferencji (45)

Rozdział 3: Rzut oka na przedsiębiorstwo. Czym jest i co robi? (47)

- Czym jest przedsiębiorstwo (48)
    - Dlaczego zyski są tak istotne (48)
    - Poznajemy inne rodzaje firm (49)
- Firma jako czarna skrzynka (50)
    - Dlaczego ekonomiści myślą tak, a nie inaczej (50)
    - Zaglądamy do czarnej skrzynki: technologia (51)
    - Minimalizacja kosztów (54)
    - Maksymalizacja zysków (54)
- Od przedsiębiorcy do korporacji, czyli dlaczego ludzie tworzą spółki kapitałowe (55)

CZĘŚĆ II: WYCISKAMY Z ŻYCIA, ILE SIĘ DA. TEORIA KONSUMENTA (59)

Rozdział 4: Gdy wiedziemy życie bez żadnych ograniczeń (61)

- Jemy, aż rozbolą nas brzuchy: zakładamy, że więcej oznacza zawsze lepiej (62)
    - Dokonujemy wyboru: koszyk konsumpcyjny (63)
    - Inne spojrzenie na użyteczność: koszyki dopuszczalne (64)
    - Wykreślamy funkcję użyteczności (65)
- Decydujemy, jak daleko się posuniemy: użyteczność krańcowa (67)
    - Ostatni będą pierwszymi, czyli o przyroście krańcowym (67)
    - Trochę matematyki (69)

Rozdział 5: Ograniczenie budżetowe, czyli kiedy trzeba opanować sztukę wyboru (73)

- Ograniczenie budżetowe (74)

    - Linia ograniczenia budżetowego (75)
    - Gdzie przesunie się linia, gdy otrzymasz podwyżkę (76)
    - Obrót krzywej, czyli gdy zmieni się cena jednego z dóbr (77)
    - Użyteczność konsumenta a ograniczenie budżetowe (78)
- Wyciskamy, ile się da (80)
    - Analizujemy ceny relatywne za pomocą numeraire (80)
    - Linia budżetu a podatki i dotacje (81)
- Próba generalna: model użyteczności w akcji (85)

Rozdział 6: Dążymy do optimum pomimo ograniczeń (87)

- Jak zmiany cen i dochodów wpływają na optimum konsumenta (88)
- Kiedy zmienia się cena jednego z dóbr (89)
    - Obracamy linię ograniczenia budżetowego (90)
    - Efekt substytucyjny w praktyce (91)
    - Włączamy efekt dochodowy (93)
    - Efekt efektowi nierówny (94)
- Tropimy preferencje konsumenta (95)
- Dekomponujemy efekt substytucyjny i dochodowy (97)
    - Efekt zmiany ceny dla koszyka dwóch dóbr (98)
    - Dostajemy to, czego chcemy (99)
    - Efekt substytucyjny na przykładzie liczbowym (99)
    - Obliczamy wielkość efektu substytucyjnego na podstawie funkcji popytu (100)
    - Dodajemy efekt dochodowy (102)
    - Efekt substytucyjny i dochodowy a równanie Słuckiego (103)

CZĘŚĆ III: ODKRYWAMY TAJEMNICE NAKŁADÓW I PRODUKCJI W PRZEDSIĘBIORSTWACH (105)

Rozdział 7: Poznajemy koszty i krzywe kosztów (107)

- Dlaczego księgowi i ekonomiści inaczej rozumieją koszty (108)
- Struktura kosztów w przedsiębiorstwie (109)
    - Koszty całkowite, czyli szersza perspektywa (110)
    - Koszty przeciętne, czyli koszty w przeliczeniu na jednostkę (111)
    - Koszt krańcowy, czyli ile kosztuje wytworzenie dodatkowej jednostki produktu (114)
    - Zbieramy wszystko do kupy, czyli o strukturze kosztów przedsiębiorstwa (116)
- Związek między strukturą kosztów a zyskami (119)
    - Skąd się biorą przychody (119)
    - Osiągamy magiczną granicę, czyli kiedy MC = MR (120)
    - Zyski i straty (121)
    - Kontynuować działalność czy zamknąć interes (123)

Rozdział 8: Wyciskamy zyski do ostatniej kropli (125)

- Sprawdzamy, czy firma rzeczywiście maksymalizuje zyski (126)
    - Efektywność w krótkim i długim okresie (127)
- Maksymalizuj zyski, a będziesz wielki! (131)

    - Czym jest funkcja produkcji (131)
    - Maksymalizacja zysku w długim okresie (134)
- Zrzucamy balast, czyli o minimalizacji kosztów (135)

Rozdział 9: Popyt i podaż rynkowa (139)

- Wytwarzamy z myślą o sprzedaży, czyli kilka słów o krzywej podaży (140)
    - Od kosztów krańcowych do podaży w przedsiębiorstwie (140)
    - Agregacja krzywych, czyli od przedsiębiorstwa do całego rynku (142)
- Dajemy ludziom to, czego pragną, czyli o krzywej popytu (144)
    - Od preferencji do popytu (145)
    - Jak wygląda krzywa popytu (147)
- Gdy podaż spotyka popyt (151)
    - Punkt równowagi, czyli wszystko dobre, co się dobrze kończy (151)
    - Przychody a krzywa popytu (153)
    - Sumujemy zyski producentów i konsumentów, czyli słowo o dobrobycie (154)
    - Testujemy wrażliwość popytu za pomocą elastyczności (156)

Rozdział 10: Konkurencja doskonała, czyli o czym marzą konsumenci (161)

- Co oznacza, że rynek jest "doskonały" (162)
    - Czym jest konkurencja doskonała (162)
    - Kiedy mówimy o konkurencji doskonałej (163)
- Rynki doskonale konkurencyjne w warunkach równowagi (165)
    - Analizujemy stronę podażową (165)
    - Dołączamy stronę popytową (168)
    - Powrót do równowagi w warunkach konkurencji doskonałej (169)
- Konkurencja doskonała a kwestia efektywności (171)
    - Konkurencja doskonała to przypadek szczególny (172)
    - Doskonała konkurencja w (mniej doskonałym) świecie (173)

CZĘŚĆ IV: RYNKI I PRZYPADKI, KIEDY ZAWODZĄ. CZYM JEST EKONOMIA DOBROBYTU (175)

Rozdział 11: Uwzględniamy realia, czyli o oligopolu i konkurencji niedoskonałej (177)

- Czym jest oligopol (178)
- Trzy różne modele oligopolu (180)
    - Jak funkcjonuje duopol (180)
    - Model Cournota, czyli konkurencja ilościowa (181)
    - Naśladujemy lidera, czyli model Stackelberga (184)
    - Model Bertranda, czyli konkurencja cenowa (186)
    - Produkt i cena w trzech modelach oligopolu (187)
- Jak wyróżnić się na tle konkurencji (188)
    - Ograniczanie skutków konkurencji bezpośredniej (188)
    - Konkurujemy marką w modelu konkurencji monopolistycznej (190)
    - Jak konkurują ze sobą marki (191)
    - Ile kosztuje różnorodność, czyli konkurencja monopolistyczna oczami konsumentów (192)
    - Teoria medianowego wyborcy, czyli do czego zmierza indywidualizacja (193)

Rozdział 12: Poznajemy podstawowe twierdzenia ekonomii dobrobytu (195)

- Dobrobyt a ekonomia dobrobytu (197)
    - Dwie funkcje dobrobytu społecznego (197)
- Dlaczego równowaga cząstkowa nie wystarcza (198)
    - Podział dóbr a skrzynka Edgewortha (199)
    - Oceniamy efektywność w rozumieniu Pareto (200)
- Podstawowe twierdzenia, czyli jak osiągnąć optimum Pareto (201)
    - Wystawiamy równowagę ogólną na licytację (201)
    - Dochodzenie do optimum, czyli jak rynki ustalają ceny na drodze tâtonement (203)
    - Twierdzenie pierwsze: wolny rynek prowadzi do optimum (203)
    - Twierdzenie drugie: optimum Pareto wyznacza stan równowagi (205)
    - Składamy dwa twierdzenia do kupy, czyli sprawiedliwy podział a podział optymalny (206)
    - Dlaczego rynki zmierzają ku jednej cenie (207)

Rozdział 13: Gra w monopol (209)

- Wkraczamy do świata monopoli (210)
    - Monopol a konkurencja, czyli przypadek znikającej krzywej podaży (210)
    - "To jest moje, wszystko moje... Ha, ha, ha!", czyli myślimy jak monopolista (212)
    - Gdy popyt nie jest elastyczny (215)
- Koszty związane z monopolem (216)
    - Zbędne straty społeczne (216)
    - Trzy stopnie dyskryminacji cenowej w monopolu (218)
    - Różnicowanie produktu (221)
    - Zabawa z czasem i przestrzenią (221)
- Monopole a rzeczywistość (222)
    - Jak złożony jest to problem? (222)
    - Jak to widzi wymiar sprawiedliwości (223)
- Dzięki tobie czuję się jak rasowy monopolista (224)

Rozdział 14: Kiedy rynek zawodzi. Zanieczyszczenia i parki narodowe (227)

- Zbyt dużo niechcianych rzeczy, czyli o efektach zewnętrznych (228)
    - Ograniczanie efektów zewnętrznych za pomocą podatków (229)
    - Rekompensata dla osób trzecich jako wynik negocjacji (231)
- Dobra publiczne, czyli jak zmusić rynek, by dostarczał to, czego nie za bardzo chce (234)
    - Definiujemy dobra przez pryzmat ich dostępności (235)
    - Skutki uboczne, korzyści publiczne i źródła pochodzenia dóbr publicznych (236)
    - Tragedia wspólnego pastwiska (237)
    - Blokowanie pożądanych inicjatyw, czyli o tragedii anticommons (239)

Rozdział 15: Czym nam grozi asymetria informacji (241)

- Skutki asymetrii informacji (242)

    - Kupujemy cytryny i wiśnie (242)
    - Selekcja negatywna, czyli gdy zakup polisy sygnalizuje ryzyko (244)
- Jak asymetria informacji wpływa na zmianę zachowań (248)
    - Jak sobie radzić z pokusami (249)
    - Asymetria informacji w kontraktach menedżerskich (250)

CZĘŚĆ V: MYŚLIMY STRATEGICZNIE, CZYLI ŻYCIE TO WIELKA GRA! (253)

Rozdział 16: Podejmujemy grę z teorią ekonomii (255)

- Jak stworzyć grę, czyli o projektowaniu mechanizmów (256)
- Rozpracowujemy dylemat więźnia (257)
    - Typowy scenariusz dylematu więźnia (258)
    - Rozwiązujemy dylemat więźnia za pomocą macierzy wypłat (259)
    - Znajdujemy optymalne rozwiązanie, czyli o równowadze Nasha (260)
    - Dylemat więźnia w ekonomii, czyli o problemie karteli (261)
    - Jak uniknąć dylematu więźnia (262)
- Polowanie na jelenie, czyli o grach kooperacyjnych (264)
    - Mechanizm polowania na jelenie (264)
    - Polowanie na jelenie w akcji (266)
- Jak zirytować ludzi, czyli o grze w ultimatum (268)
- Pozbywamy się dylematu, powtarzając grę (269)
    - Analizujemy gry iteracyjne w formie ekstensywnej (269)
    - Wysyłamy zmienne sygnały, czyli o strategiach mieszanych (270)

Rozdział 17: Równowaga Nasha, czyli kiedy liczy się stabilizacja (273)

- Nieformalna definicja równowagi Nasha (275)
- Kiedy równowaga Nasha na pewno istnieje (276)
    - Równowaga Nasha musi istnieć w grach opartych na strategiach mieszanych (277)
    - Znajdujemy równowagę Nasha przez eliminację (277)
    - Rozwiązujemy gry sekwencyjne metodą indukcji wstecznej (278)
- Równowaga Nasha w ekonomii (280)
    - Tonący brzytwy się chwyta, czyli o sposobach na przetrwanie monopolisty (281)
    - Ekonomiczna analiza społeczeństwa (282)

Rozdział 18: Wygrywamy aukcje (283)

- Różne typy aukcji (284)
    - Zorientuj się, w jakiej aukcji bierzesz udział (284)
    - Jak dobrać rodzaj aukcji stosownie do celu (286)
- Aukcje dla początkujących (287)
    - Model prostej aukcji (288)
    - Licytacja na ostatnią chwilę, czyli o fenomenie aukcji internetowych (289)
    - Aukcja jako gra (290)
- Czym jest przekleństwo zwycięzcy (291)
    - Aukcja Vickreya jako lek na całe zło (292)
    - Przetargi publiczne a przekleństwo zwycięzcy (294)

Rozdział 19: Zrozumieć zagrywki, czyli o sygnałach i groźbach (297)

- Zmieniamy definicję równowagi Nasha, by uwzględnić groźby (298)
    - Znajdujemy doskonałą równowagę Nasha metodą eliminacji (299)
    - Gra w odstraszanie, czyli szukamy równowagi doskonałej (299)
    - Jak odstraszyć konkurentów, czyli przewodnik po ciemnej stronie mocy (301)
    - Sygnalizujemy dobre intencje (302)
- Odpowiadamy na pozytywne sygnały (303)
    - Analizujemy sygnały przy użyciu modelu (304)
    - Pierwsza postać modelu (304)
    - Znajdujemy równowagę w modelu (305)
    - Oceniamy równowagę w modelu sygnałów (306)

CZĘŚĆ VI: DEKALOGI (309)

Rozdział 20: Poznajemy dziesięciu gigantów mikroekonomii (311)

- Alfred Marshall (1842 - 1924) (312)
- Joseph Alois Schumpeter (1883 - 1950) (312)
- Gary S. Becker (1930 - 2014) (313)
- Ronald Coase (1910 - 2013) (314)
- Elinor Ostrom (1933 - 2012) (315)
- William Vickrey (1914 - 1996) (316)
- George Akerlof (ur. 1940) (316)
- Joseph Stiglitz (ur. 1943) (317)
- William Baumol (1922 - 2017) (317)
- Arthur Cecil Pigou (1877 - 1959) (318)

Rozdział 21: Dziesięć najważniejszych twierdzeń na wynos (319)

- Respektowanie wyboru (320)
- Wycena dóbr - zadanie trudne, ale wykonalne (320)
- Konkurencja cenowa i konkurencja jakościowa (321)
- Poszukiwanie unikalnych cech rzeczywistych rynków (322)
- Pokonanie rynku w długim okresie jest bardzo trudne (322)
- Świadomość, że zwykle istnieje potrzeba pójścia na kompromis (323)
- Spór o rozwiązanie prawie idealne (324)
- Korzystanie z rynku nie zawsze jest darmowe (325)
- Wiara w to, że konkurencja jest na ogół czymś dobrym (326)
- Współpraca i organizacja w świecie (327)

DODATKI (329)

Słowniczek (331)

Skorowidz (339)