

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
ROZDZIAŁ 1. RELACJE MIĘDZY KONSUMENTEM A PRODUCENTEM	11
1.1. Założenia	12
1.2. Podstawowe ekonomiczne zależności między konsumentem a producentem	13
1.3. Rynek konsumpcyjny	19
1.4. Rynek czynników wytwórczych	24
1.5. Oszczędności i inwestycje w relacji konsument–producent, rola rynku finansowego	33
1.6. Podatki i budżet państwa w relacji konsument–producent	40
1.7. Przeznaczenie dochodu konsumenta	47
ROZDZIAŁ 2. MECHANIZM RYNKU DÓBR KONSUMPCYJNYCH I RYNKU CZYNNIKÓW PRODUKCJI	59
2.1. Uwagi wprowadzające	59
2.2. Relacje zmian popytu i ceny dobra konsumpcyjnego – podstawowe prawa	63
2.3. Popyt na dobra konsumpcyjne względem dochodu	77
2.4. Funkcja popytu konsumenta	79
2.5. Użyteczność i cena dobra oraz prawa Gossena	85
2.6. Wpływ podatków na funkcję popytu	92
2.7. Relacje podaży i ceny na rynku konsumpcyjnym	93
2.8. Elastyczność popytu na dobra konsumpcyjne względem cen i dochodu	96
2.9. Cenowa elastyczność podaży i wrażliwość cen na zmiany podaży	100
2.10. Podstawowe prawa popytu i podaży na rynku czynników wytwórczych	105
ROZDZIAŁ 3. MECHANIZM WYBORU KONSUMENTA	117
3.1. Uwagi wstępne i definiujące	117
3.2. Wybory konsumenta: wprowadzenie	119

3.3. Podział dochodu konsumenta: wpływ na gospodarkę narodową	126
3.4. Uwarunkowania i zasady wyboru konsumenta	134
3.5. Preferencje i użyteczność	140
3.6. Funkcja użyteczności całkowitej	143
3.7. Użyteczność koszyka dóbr i krzywe obojętności	148
3.8. Kształt i mapa krzywych obojętności	155
3.9. Funkcje użyteczności i krzywe obojętności dla dóbr substytucyjnych i komplementarnych	159
3.10. Funkcje użyteczności i krzywe obojętności – dobra neutralne, pożądane i niechciane	165
3.11. Ograniczenie budżetowe konsumenta	171
3.12. Mechanizm wyboru konsumenta	177
3.13. Warunki równowagi konsumenta	184
3.14. Funkcja Lagrange'a a równowaga konsumenta, użyteczność pieniądza	190
3.15. Równowaga konsumenta a wybór Pareto optymalny	193
3.16. Równowagi konsumenta – rozszerzona interpretacja z ujęciem graficznym	195
3.17. Uzupełnienie Beckera do wyboru konsumenta	204
3.18. Podatki w wyborze konsumenta	208
3.19. Racjonowanie popytu	212
3.20. Rabaty i upusty	216
3.21. Popyt konsumenta	218
3.22. Efekt substytucyjny i dochodowy zmiany cen w ujęciu E. Słuckiego i J. Hicksa	221
ROZDZIAŁ 4. DODATKOWE WYBORY KONSUMENTA	243
4.1. Podaż pracy i czas wolny w funkcji celu konsumenta	245
4.2. Popyt konsumenta a czas pracy i czas wolny	248
4.3. Zmiana wynagrodzeń a czas pracy	253
4.4. Koszty i użyteczność konsumpcji i czasu wolnego	256
4.5. Efekt dochodowy i substytucyjny czasu pracy i czasu wolnego	260
4.6. Praca zarobkowa na rynku i w domu	266
4.7. Oszczędności i alokacja konsumpcji w czasie	272
4.8. Międzyokresowe ograniczenie dochodowe konsumenta, oszczędności i dostęp do pożyczek a konsumpcja	276
4.9. Międzyokresowe ograniczenie dochodowe konsumenta a stopa procentowa	282
4.10. Teorie oszczędności konsumenta	292

ROZDZIAŁ 5. MECHANIZM WYBORU PRODUCENTA W WARUNKACH RÓWNOWAGI KONKURENCYJNEJ NA RYNKU PRODUKTU I CZYNNIKÓW WYTWÓRCZYCH	305
5.1. Wielkości podstawowe dla producenta: zysk, efektywność, opłacalność	307
5.2. Ekstensywne i intensywne osiąganie funkcji celu przez producenta	317
5.3. Warunki równowagi producenta	329
5.4. Brak równowagi producenta	348
5.5. Poziom cen i wynagrodzeń czynników produkcji jako endogenne i egzogenne warunki dla producenta	351
5.6. Ujęcie równowagi producenta za pomocą funkcji warunkowej Lagrange'a	355
5.7. Funkcja produkcji w analizie producenta – podstawy	360
5.8. Izokwanta w funkcji produkcji – zakres analizy i implikacji dla producenta	367
5.9. Analiza efektów skali, elastyczności i racjonalności produkcji u producenta	374
5.10. Funkcja produkcji typu Cobba-Douglasa w opisie producenta	378
5.11. Popyt producenta na czynniki wytwórcze	381
5.12. Źródła zmian opłacalności produkcji u producenta	384
5.13. Źródła wzrostu wynagrodzenia czynnika pracy a dobrobyt konsumenta	392
5.14. Koszty produkcji w krótkim okresie	394
5.15. Optimum techniczne i ekonomiczne producenta	409
5.16. Koszty w długim okresie i koszt krańcowy czynnika produkcji i jego wynagrodzenie	412
5.17. Ryzyko cenowe producenta	414
5.18. Zarządzanie ryzykiem cenowym producenta	422
5.19. Działanie rynku instrumentów pochodnych towarowych	428
 ROZDZIAŁ 6. PRODUCENT W WARUNKACH RYNKU ZMONOPOLIZOWANEGO	 433
6.1. Rynek monopolistyczny i struktury rynku	434
6.2. Optymalne decyzje producenta monopolisty	450
6.3. Zysk monopolisty	460
6.4. Popyt a decyzje monopolisty	466
6.5. Podaż producenta monopolisty	471
6.6. Podaż i cena na rynku zmonopolizowanym a konkurencyjnym	475
6.7. Mierniki siły rynkowej monopolisty	489
6.8. Regulacje a pozycja monopolisty na rynku	493
6.9. Optymalne decyzje monopolisty – przypadki szczególne	500
6.10. Różnicowanie cen przez monopolistę	509

ROZDZIAŁ 7. ZAGADNIENIA UZUPEŁNIAJĄCE DO OPISU ZACHOWAŃ KONSUMENTA I PRODUCENTA	523
7.1. Nadwyżka konsumenta i producenta	524
7.2. Korzyści konsumenta i producenta w nawiązaniu do podejścia Hurwicza	531
7.3. Niektóre aspekty równowagi ogólnej w sensie Walrasa	537
7.4. Znaczenie optimum Pareto	545
7.5. Równowagi wyborów konsumenta i producenta	548
7.6. Prostokąt Edgewortha – problem wymiany i alokacji	557
7.7. Prawo Walrasa w zarysie	570
7.8. Zarys wstępu do teorii dobrobytu	573
 Literatura książkowa referencyjna	 577
Spis rysunków	579