

Spis treści

<b>O autorach</b>	<b>13</b>
<b>Podziękowania od autorów</b>	<b>15</b>
<b>Wstęp</b>	<b>17</b>
O książce	18
Naiwne założenia	18
Ikony użyte w książce	19
Nie tylko książka	20
Co dalej	20
<b>CZĘŚĆ I: ZACZYNAMY PRZYGODĘ Z MIKROEKONOMIĄ</b>	<b>21</b>
<b>ROZDZIAŁ I: Dlaczego mikroekonomia to wielka sprawa</b>	<b>23</b>
Ekonomia części 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
<b>ROZDZIAŁ 2: Wybory konsumenta. Dlaczego ekonomiści uważają Cię za fascynującą osobę</b>	<b>33</b>
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
<b>ROZDZIAŁ 3: Rzut oka na przedsiębiorstwo. Czym jest i co robi?</b>	<b>47</b>
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 wiemy 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 tâtonnement	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 pożądaných 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 odstraszenie, 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**

<b>ROZDZIAŁ 20: Poznajemy dziesięciu gigantów mikroekonomii</b>	<b>311</b>
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
<b>ROZDZIAŁ 21: Dziesięć najważniejszych twierdzeń na wynos</b>	<b>319</b>
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
<b>DODATKI</b>	<b>329</b>
<b>Słowniczek</b>	<b>331</b>
<b>Skorowidz</b>	<b>339</b>